

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. AGUNG AUTOMALL SM. AMIN PEKANBARU

Mangara Dame Tua Simbolon

Dibawah bimbingan: **Suarman** dan **Henny Indrawati**
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan – Universitas Riau
Jl. Bina Widya KM 12.5 Pekanbaru
www.unri.ac.id

ABSTRACT

In this era business, the competition in world trade become more tight. This competition demanded businessmen to maximizing their job result to join its competition in the market. The company should work hard to learn and understand customer's requirement and desirability and increase service quality of company to get customer's satisfaction. The objective of this research is to know consumer's satisfaction level towards service quality at PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru. This research has 27.286 populations then took sample as 100 respondents. The determination of sample was done by accidental sampling. The technique of collecting data used by interview and questionnaire then by Importance and Performance Analysis (IPA) technique. The result showed that customer's satisfaction level towards service quality at PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru has been satisfied. It reflected from the analysis compatibility result between implementation level and importance customer level in result 97,42 %. According to classification service quality factors which influence customer's satisfaction through Cartesian diagram that divided into 4 (four) quadrant obtained that factors in quadrant I (main priority) has 2 (two) attribute, quadrant II (defend achievement) has 9 (nine) attribute, quadrant III (low priority) has 3 (three) attribute, and quadrant IV (excessive) has 3 (three).

Keywords: Customer Satisfaction and Service Quality

ABSTRAK

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya dan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan demi tercapainya kepuasan bagi konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru. Penelitian mempunyai populasi 27.286 orang kemudian diambil sampel sebanyak 100 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuesioner kemudian dianalisis dengan teknik *Importance and Performance Analysis* (IPA) atau Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen dan Kinerja Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru secara keseluruhan konsumen sudah merasa sangat puas. Hal tersebut tercermin dari hasil analisis kesesuaian antara

tingkat pelaksanaan dengan tingkat kepentingan konsumen dengan hasil 97,42%. Berdasarkan pengklasifikasian faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen melalui diagram kartesius yang dibagi menjadi 4 (empat) kuadran diperoleh bahwa faktor faktor yang berada pada kuadran I (prioritas utama) ada 2 (dua) atribut, kuadran II (pertahankan prestasi) ada 9 (sembilan) atribut, kuadran III (prioritas rendah) ada 3 (tiga) atribut, dan kuadran IV (berlebihan) sebanyak 3 (tiga) atribut.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia usaha semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Setiap perusahaan bersaing untuk mendapatkan konsumen agar menghasilkan laba, perusahaan yang ingin mendapatkan konsumen harus meningkatkan pelayanan agar konsumen berpaling kepada perusahaan tersebut. Pada prinsipnya setiap perusahaan pada saat menjual produk/jasa akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Dengan terciptanya kepuasan konsumen maka secara tidak langsung akan meningkatkan penghasilan perusahaan.

Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya konsumen merasa puas Kotler (2000). Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas. Konsumen yang merasa puas tidak akan pindah keperusahaan lain, melainkan akan ikut memasarkan perusahaan tersebut kepada orang lain sehingga dapat menambah konsumen baru. Melihat fenomena diatas, maka perusahaan dituntut agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen dan memenuhi kebutuhan konsumen.

PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan mobil, servis mobil, penjualan spare part dan body repair. Pada penelitian ini peneliti menspesifikasikan penelitiannya pada servis mobil.

Masalah yang dihadapi PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru pada saat ini adalah semakin banyaknya bermunculan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa servis mobil, sehingga menambah persaingan dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Persaingan yang dihadapi PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru dengan perusahaan-perusahaan lain mewajibkan PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan

konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan/ditawarkan oleh perusahaan tersebut, karena kepuasan konsumen tersebut secara langsung dapat mempengaruhi jumlah konsumen yang datang untuk menggunakan jasa servis mobil perusahaan tersebut, dan pada akhirnya juga dapat meningkatkan laba perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka Penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut: bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru.

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang memiliki permasalahan yang sama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada PT. Agung Automall Jl.SM. Amin No 13, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2013. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menyervis di PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru pada tahun 2011 sebanyak 27.286 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti tidak mempelajari semua populasi yang ada, hanya mengambil beberapa sampel dari populasi yang harus betul-betul representatif (mewakili). Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memperoleh sampel dari sekumpulan populasi dengan tidak menggunakan perencanaan tertentu.

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Taro Yamane

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$
$$n = \frac{27286}{27286 \cdot 0,1^2 + 1} = 100$$

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh secara langsung ditempat penelitian dengan mengambil data yang dibutuhkan sesuai dengan penelitian berupa kuisisioner.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang mendukung data primer. Seperti sejarah perusahaan dan struktur organisasi.

Adapun teknik pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu kuesioner yaitu penulis membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Daftar pertanyaan ini akan diberikan kepada responden yang diharapkan akan memberikan jawaban atau informasi sesuai dengan kebutuhan penelitian ini.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri atas keandalan, daya tanggap, jaminan, wujud fisik, dan empati. Kelima dimensi inilah yang akan peneliti modifikasi dan kembangkan sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Berikut kisi-kisi instrumen penelitian

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

NO	DIMENSI	INDIKATOR
1	KEANDALAN	ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan keakuratan pengadministrasian catatan/dokumen oleh perusahaan Perhatian sungguh-sungguh perusahaan terhadap konsumen yang mendapat masalah
2	DAYA TANGGAP	staf/karyawan memberitahu tarif servis mobil, prosedur, layanan, dan informasi lainnya dengan jelas staf/karyawan dalam membantu kesulitan konsumen dengan cepat keluangan waktu staf/karyawan untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat
3	JAMINAN	staf/karyawan memiliki kompetensi (kemampuan) yang terpercaya perasaan nyama selama berurusan dengan staf/karyawan kesabaran staf/karyawan dalam memberikan layanan kepada konsumen staf/karyawan memiliki data yang lengkap dalam menjawab pertanyaan konsumen
4	WUJUD FISIK	staf/karyawan berpenampilan baik dan menarik kemutakhiran (kemoderenan) peralatan yang digunakan sarana dan prasarana yang baik dan nyaman
5	EMPATI	staf/karyawan melayani konsumen dengan ramah pemahaman staf/karyawan perusahaan akan kebutuhan konsumen kesungguhan staf/karyawan perusahaan dalam mengatasi masalah yang dialami konsumen

Dalam penelitian ini pengolahan data penelitian dilakukan dengan statistik deskriptif, yaitu menggambarkan serta melakukan analisis terhadap data yang diperoleh dilapangan kemudian dikaitkan dengan teori yang relevan dengan masalah. Pada penelitian ini, dalam menganalisis data digunakan *Importance and Performance Analysis* atau analisis tingkat kepentingan konsumen dan kinerja perusahaan John A. Martila and John C. James dalam Supranto (2006). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen, akan tetapi kinerjanya kurang baik atau masih jelek sehingga mengecewakan konsumen.

Dalam menentukan tingkat kepentingan masing-masing pernyataan, Peneliti menilai sikap responden dengan menggunakan ukuran ordinal, yaitu mengurutkan pernyataan responden dari tingkat paling tinggi ke tingkat paling rendah menurut suatu atribut tertentu. Untuk pengukuran skor digunakan skala likert, dimana penilaian kepentingan diberi bobot sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat penting diberi bobot nilai 5
- b. Jawaban penting diberi bobot nilai 4
- c. Jawaban cukup penting diberi bobot nilai 3
- d. Jawaban kurang penting diberi bobot nilai 2
- e. Jawaban tidak penting diberi bobot nilai 1

Untuk penilaian kinerja/pelaksanaan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat baik diberi bobot nilai 5, berarti konsumen sangat puas
- b. Jawaban baik diberi bobot nilai 4, berarti konsumen puas
- c. Jawaban cukup baik diberi bobot nilai 3, berarti konsumen cukup puas
- d. Jawaban kurang baik diberi bobot nilai 2, berarti konsumen kurang puas
- e. Jawaban tidak baik diberi bobot nilai 1, berarti konsumen tidak puas

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja/pelaksanaan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru yang dapat memberikan kepuasan konsumen/pelanggan, sedangkan huruf Y merupakan tingkat kepentingan konsumen/pelanggan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan konsumen/pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana: Tki = tingkat kesesuaian responden
Xi = skor penilaian kinerja perusahaan
Yi = skor penilaian kepentingan konsumen/pelanggan

Dalam penyederhanaan rumus untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen/pelanggan adalah:

$$X \frac{Xi}{n} \quad Y \frac{Yi}{n}$$

Dimana: \bar{X} = skor rata-rata tingkat pelaksanaan (pelayanan)
 \bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan
Xi = skor penilaian kinerja perusahaan
Yi = skor penilaian kepentingan konsumen/pelanggan
n = jumlah responden

Untuk menentukan rentang skala tingkat kepuasan konsumen dibuat skala interval Rangkuti (2001) sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m-n}{b}$$

Dimana: Rs = rentang skala
 m = skor tertinggi
 n = skor terendah
 b = jumlah kelas (dalam hal ini ada 5 kategori)

$$Rs = \frac{100-20}{5} = 16$$

Sehingga untuk tingkat kepuasan konsumen diperoleh rentang skala sebagai berikut:

Tabel 2. Rentang Skala Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru

Tingkat Kepuasan	Rentang Skala
Tidak Puas	20,0 - 35,9
Kurang Puas	36,0 - 51,9
Cukup Puas	52,0 - 67,9
Puas	68,0 - 83,9
Sangat Puas	84,0 - 99,9

Selanjutnya diklasifikasikan faktor-faktor melalui diagram kartesius. Diagram kartesius adalah suatu hubungan yang dibagi atas 4 (empat) bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik X,Y, dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kinerja seluruh faktor atau atribut, sedangkan Y merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Rumus Selanjutnya:

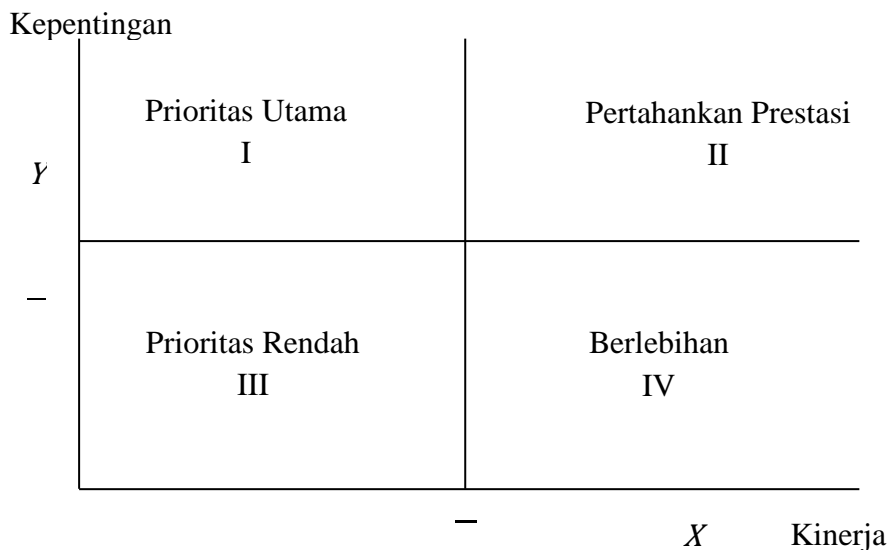
$$X = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K} \quad Y = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K}$$

Dimana: X = rata-rata dari skor rata-rata kinerja perusahaan

Y = rata-rata dari skor rata-rata kepentingan konsumen/pelanggan

K = banyaknya atribut/faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian diagram kartesius Supranto (2006).



Gambar 1. Diagram kartesius

Keterangan:

1. Kuadran I menunjukkan faktor/atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun pihak perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga menimbulkan kekecewaan dan rasa tidak puas
2. Kuadran II menunjukkan unsur jasa yang dianggap penting oleh konsumen telah berhasil dilaksanakan perusahaan dengan baik dan dapat memuaskan konsumen, maka perusahaan wajib mempertahankannya.
3. Kuadran III menunjukkan bahwa beberapa faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen, dimana perusahaan menjalankannya secara biasa-biasa saja
4. Kuadran IV menunjukkan bahwa, unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan sehingga hal ini dianggap berlebihan oleh konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja (Pelaksanaan)

1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Analisis tingkat kesesuaian yaitu perbandingan skor kinerja (pelaksanaan) dengan skor harapan (tingkat kepentingan) yang akan menentukan urutan prioritas faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Rumus yang digunakan yaitu:

$$Tki = \frac{Yi}{Xi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian responden

Xi = Skor Penilaian Kinerja (pelaksanaan) perusahaan

Yi = Skor Penilaian Kepentingan (harapan) Konsumen

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap kinerja (pelaksanaan) PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru dan harapan (tingkat kepentingan) responden terhadap keseluruhan faktor kualitas pelayanan, maka diperoleh perhitungan tingkat kesesuaian, sebagaimana disajikan pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Analisis Tingkat Kesesuaian antara Kinerja (Pelaksanaan) dengan Harapan (Tingkat Kepentingan) Responden PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru

NO	Atribut	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)	Kuadran
1	Ketepatan waktu pelayanan servis kendaraan sesuai dengan janji yang disepakati	464	480	96,67	III
2	Menangani urusan administrasi dan dokumen dengan cermat dan akurat	437	455	96,04	III
3	Konsumen mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan terhadap masalah yang dihadapi konsumen	454	455	99,78	III

NO	Atribut	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)	Kuadran
4	Staf/karyawan memberitahu tarif servis mobil dengan jelas	478	500	95,60	II
5	Staf/karyawan memberitahu prosedur servis mobil, layanan dan informasi lainnya dengan jelas	477	500	95,40	II
6	Kesediaan staf/karyawan dalam membantu kesulitan konsumen dengan cepat	472	500	94,4	I
7	Staf/karyawan mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat	467	490	95,31	I
8	Staf/karyawan memiliki kompetensi (kemampuan) yang terpercaya dalam bidang servis mobil	479	500	95,8	II
9	Staf/karyawan dapat menumbuhkan perasaan nyaman selama berhubungan dengan konsumen	481	485	99,18	IV
10	Staf/karyawan selalu sabar dalam memberikan layanan kepada konsumen	477	475	100,42	IV
11	Staf/karyawan memiliki data yang lengkap dalam menjawab pertanyaan yang diberikan konsumen	476	493	96,55	II
12	Staf/karyawan berpenampilan baik dan menarik	477	453	105,30	IV
13	Kemutakhiran (kemoderenan) peralatan yang digunakan oleh perusahaan	476	500	95,2	II
14	Sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan dalam kondisi yang baik dan memadai	488	497	98,19	II
15	Keramahan Staf/karyawan dalam melayani konsumen	485	491	98,78	II

NO	Atribut	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)	Kuadran
16	Staf/karyawan memahami kebutuhan dan harapan para konsumen	475	498	95,38	II
17	Staf/karyawan perusahaan sungguh-sungguh dalam mengatasi keluhan dan masalah yang dialami konsumen	486	500	97,20	II
	Rata-rata	473,76	486,59	97,42	

Sumber: Diolah dari Penilaian Kinerja/pelaksanaan Perusahaan dan Harapan Responden

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan kepentingan konsumen pada Tabel tersebut, diperoleh rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 97,42%. Artinya secara keseluruhan konsumen sudah merasa sangat puas terhadap kinerja PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru.

2. Analisis Kepuasan Konsumen dengan Diagram Kartesius

Diagram kartesius yaitu suatu hubungan yang dibagi atas 4 bagian yang dibatasi oleh dua garis yang terpotong tegak lurus pada titik-titik X dan Y, selanjutnya tiap faktor tersebut dikelompokkan kedalam diagram kartesius. Dengan penyederhanaan rumus untuk tiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai berikut.

$$X \frac{xi}{n} \quad Y \frac{yi}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = skor rata-rata tingkat pelaksanaan (pelayanan)

\bar{Y} = skor rata-rata tingkat kepentingan

Xi = skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = skor penilaian kepentingan konsumen/pelanggan

n = jumlah responden

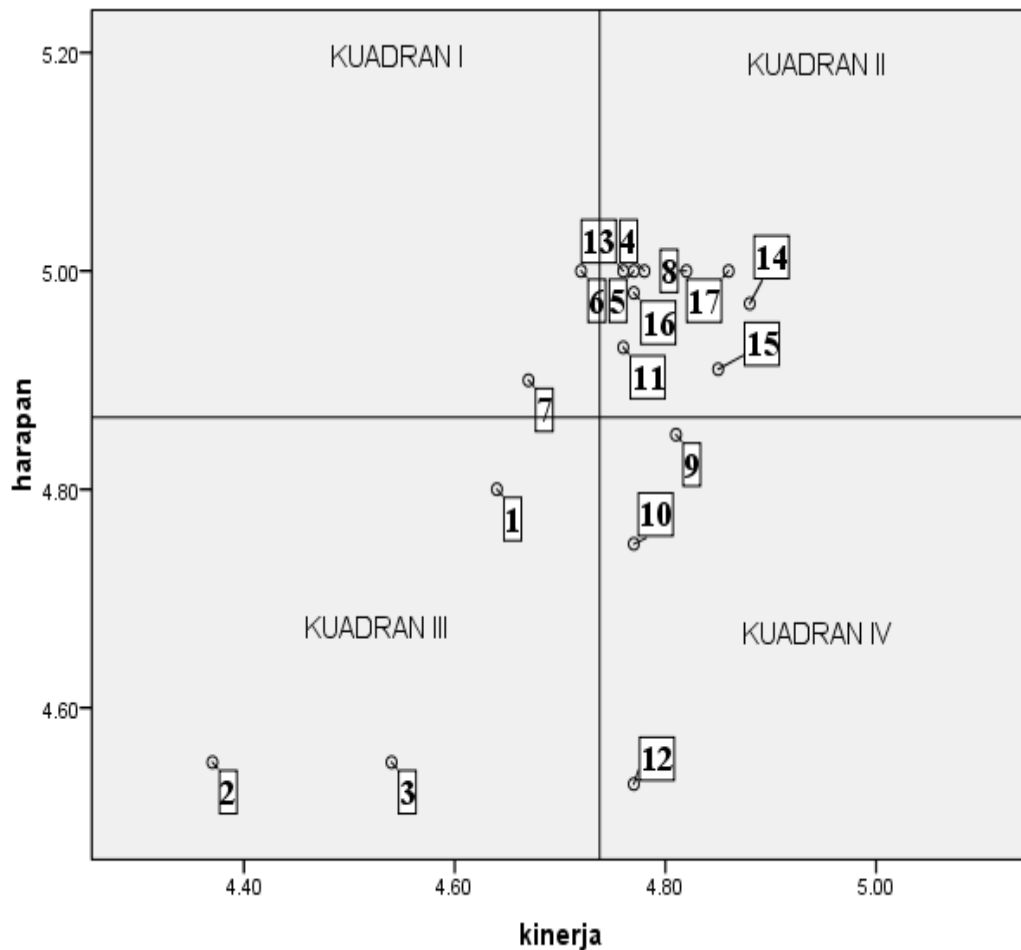
Berdasarkan keseluruhan skor kinerja PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru dan tingkat kepentingan konsumen, maka diperoleh perhitungan rata-rata penilaian kinerja dan penilaian kepentingan keseluruhan faktor kualitas pelayanan pada PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4:

Tabel 4 Hasil Analisis dari Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja/pelaksanaan

Faktor Kualitas Pelayanan	Butir Ke	Kinerja X	Harapan Y	Tingkat Kesesuaian	X	Y	Kuadran
Keandalan	1	464	480	96,67	4,64	4,80	III
	2	437	455	96,04	4,37	4,55	III
	3	454	455	99,78	4,54	4,55	III
	Rata-rata			97,50			
Daya Tanggap	4	478	500	95,60	4,78	5,00	II
	5	477	500	95,40	4,77	5,00	II
	6	472	500	94,40	4,72	5,00	I
	7	467	490	95,31	4,67	4,90	I
	Rata-rata			95,18			
Jaminan	8	482	500	96,40	4,82	5,00	II
	9	481	485	99,18	4,81	4,85	IV
	10	477	475	100,42	4,77	4,75	IV
	11	476	493	96,55	4,76	4,93	II
	Rata-rata			97,89			
Wujud Fisik	12	477	453	105,30	4,77	4,53	IV
	13	476	500	95,20	4,76	5,00	II
	14	488	497	98,19	4,88	4,97	II
	Rata-rata			99,56			
Empati	15	485	491	98,78	4,85	4,91	II
	16	477	498	95,78	4,77	4,98	II
	17	486	500	97,20	4,86	5,00	II
	Rata-rata			97,25			
Rata-rata		473,76	486,59	97,42	4,74	4,87	

Sumber: Diolah dari Penilaian Kinerja/pelaksanaan dan Harapan Responden

Dari tabel 4 tersebut dapat diklasifikasikan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam gambar 2 diagram kartesius.



Gambar 2. Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen pada PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru

Berdasarkan gambar 2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang terdapat pada kuadrans I (Prioritas Utama) merupakan faktor-faktor yang sangat penting bagi konsumen, namun kinerjanya belum memuaskan konsumen (masih perlu ditingkatkan), antara lain:
 - a. Kesiapan staf/karyawan dalam membantu kesulitan konsumen dengan cepat dengan tingkat kesesuaian 94,40% (angket no 6)
 - b. Staf/karyawan mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat dengan tingkat kesesuaian 95,31% (angket no 7).
2. Faktor-faktor yang terdapat pada kuadrans II (Pertahankan Prestasi) merupakan faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya, karena sudah sesuai dengan harapan konsumen, antara lain:
 - a. Staf/karyawan memberitahu tarif servis mobil dengan jelas dengan tingkat kesesuaian 96,00% (angket no 4).
 - b. Staf/karyawan memberitahu prosedur servis mobil, layanan dan informasi lainnya dengan jelas dengan tingkat kesesuaian 95,40% (angket no 5).
 - c. Staf/karyawan memiliki kompetensi (kemampuan) yang terpercaya dalam bidang servis mobil dengan tingkat kesesuaian 96,40% (angket no 8).

- d. Staf/karyawan memiliki data yang lengkap dalam menjawab pertanyaan yang diberikan konsumen dengan tingkat kesesuaian 96,55% (angket no 11).
 - e. Kemutakhiran (kemoderenan) peralatan yang digunakan oleh perusahaan dengan tingkat kesesuaian 95,20% (angket no 13).
 - f. Sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan dalam kondisi yang baik dan memadai dengan tingkat kesesuaian 98,19% (angket no 14).
 - g. Keramahan staf/karyawan dalam melayani konsumen dengan tingkat kesesuaian 98,78% (angket no 15).
 - h. Staf/karyawan memahami kebutuhan dan harapan para konsumen dengan tingkat kesesuaian 95,78% (angket no 16).
 - i. Staf/karyawan perusahaan sungguh-sungguh dalam mengatasi keluhan dan masalah yang dialami konsumen dengan tingkat kesesuaian 97,20% (angket no 17).
3. Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran III (prioritas rendah) yaitu faktor-faktor yang kurang penting oleh konsumen, dan pelaksanaannya dilakukan biasa-biasa saja atau cukup oleh pihak PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru. Faktor-faktor tersebut adalah:
 - a. Ketepatan waktu pelayanan servis kendaraan sesuai dengan janji yang disepakati dengan tingkat kesesuaian 96,67% (angket no 1).
 - b. Menangani urusan administrasi dan dokumen dengan cermat dan akurat dengan tingkat kesesuaian 96,04% (angket no 2).
 - c. Konsumen mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan terhadap masalah yang dihadapi konsumen dengan tingkat kesesuaian 99,78% (angket no 3).
 4. Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran IV (berlebihan) merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru, namun dinilai kurang penting oleh konsumen sehingga sangat memuaskan bagi konsumen namun terkesan berlebihan. Faktor-faktor tersebut adalah:
 - a. Staf/karyawan dapat menumbuhkan perasaan nyaman selama berhubungan dengan konsumen dengan tingkat kesesuaian 99,18% (angket no 9).
 - b. Staf/karyawan selalu sabar dalam memberikan layanan kepada konsumen dengan tingkat kesesuaian 100,42% (angket no 10).
 - c. Staf/karyawan berpenampilan baik dan menarik dengan tingkat kesesuaian 105,30% (angket no 12).

Berdasarkan analisis diagram kartesius pada Gambar 2 diperoleh kesimpulan bahwa ada 2 atribut yang berada pada kuadran I yang menjadi prioritas utama perusahaan untuk ditingkatkan pelaksanaannya karena kinerjanya belum memuaskan bagi konsumen. Ke dua atribut itu adalah atribut kesediaan staf/karyawan dalam membantu kesulitan konsumen dengan cepat dan atribut staf/karyawan mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat. Pihak PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru harus mampu membantu kesulitan yang dialami konsumennya dengan cepat karena bagi sebagian konsumen waktu itu sama dengan uang yang harus digunakan dengan bijak, itulah sebabnya konsumen akan merasa tidak puas apabila waktunya terbuang percuma karena sudah kehilangan kesempatan lain dalam memperoleh sumber ekonomi, itulah sebabnya perusahaan harus mampu membantu kesulitan yang dialami konsumen dengan cepat. Sedangkan untuk atribut staf/karyawan mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat, pihak PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru harus

lebih meluangkan waktu bagi para konsumennya agar para konsumen merasa lebih diperhatikan dan dijadikan prioritas utama perusahaan, karena pepatah mengatakan pembeli adalah raja, sehingga pihak perusahaan harus lebih tanggap dalam menanggapi permintaan konsumen dengan cepat. Pada kuadran II terdapat 9 atribut yang artinya kinerja/pelaksanaannya sudah sesuai dengan harapan konsumen dan harus dipertahankan pelaksanaannya. Sedangkan pada kuadran III terdapat 3 atribut yang merupakan prioritas rendah atau kurang penting bagi konsumen dan pelaksanaannya dilakukan biasa-biasa saja atau cukup oleh pihak perusahaan. Dan pada kuadran IV terdapat 3 atribut yang merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh perusahaan namun dinilai kurang penting oleh konsumen atau berlebihan.

Secara keseluruhan bisa disimpulkan bahwa mayoritas kinerja/pelaksanaan PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru sudah sesuai dengan harapan konsumen. Dan hanya perlu sedikit peningkatan kinerja/pelaksanaan dari pihak PT. Agung Automall Amin Pekanbaru. Hasil analisis diagram kartesius ini juga sudah memberikan gambaran kepuasan bagi konsumen karena mayoritas atribut sudah berada pada kuadran II yaitu sebanyak 9 atribut dan hanya ada 2 atribut yang berada pada kuadran I atau yang belum memberikan kepuasan bagi konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasannya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan konsumen PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru secara keseluruhan termasuk klasifikasi sangat puas. Hal ini tercermin dari hasil analisis kesesuaian antara tingkat pelaksanaan/kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen yang memberikan hasil 97,42%.
2. Hasil pemetaan kepuasan konsumen pada diagram kartesius dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Faktor-faktor yang berada pada kuadran I (prioritas utama), yaitu kualitas pelayanan yang dianggap sangat penting bagi konsumen, namun pelaksanaannya oleh PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru belum memuaskan, yang terdiri dari 2 atribut yaitu:
 1. Ketersediaan staf/karyawan dalam membantu kesulitan konsumen dengan cepat.
 2. Staf/karyawan mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.
 - b. Faktor-faktor yang berada pada kuadran II (pertahankan prestasi), yaitu kualitas pelayanan PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru yang perlu dipertahankan kinerja/pelaksanaannya karena sudah sesuai dengan harapan konsumen, yang terdiri dari 9 atribut yaitu:
 1. Staf/karyawan memberitahu tarif servis mobil dengan jelas.
 2. Staf/karyawan memberitahu prosedur servis mobil, layanan dan informasi lainnya dengan jelas.
 3. Staf/karyawan memiliki kompetensi (kemampuan) yang terpercaya dalam bidang servis mobil.
 4. Staf/karyawan memiliki data yang lengkap dalam menjawab pertanyaan yang diberikan konsumen.

5. Kemutakhiran (kemoderenan) peralatan yang digunakan oleh perusahaan.
 6. Sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan dalam kondisi yang baik dan memadai.
 7. Keramahan staf/karyawan dalam melayani konsumen.
 8. Staf/karyawan memahami kebutuhan dan harapan para konsumen.
 9. Staf/karyawan perusahaan sungguh-sungguh dalam mengatasi keluhan dan masalah yang dialami konsumen.
- c. Faktor-faktor yang berada pada kuadran III (prioritas rendah), yaitu kualitas pelayanan yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pelaksanaannya dilakukan biasa-biasa saja atau cukup oleh PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru, sebanyak 3 atribut yaitu:
1. Ketepatan waktu pelayanan servis kendaraan sesuai dengan janji yang disepakati.
 2. Menangani urusan administrasi dan dokumen dengan cermat dan akurat.
 3. Konsumen mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan terhadap masalah yang dihadapi konsumen.
- d. Faktor-faktor yang berada pada kuadran IV (berlebihan), yaitu faktor-faktor kualitas pelayanan yang dianggap kurang penting oleh konsumen, tetapi kinerja/pelaksanaan oleh PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru sangat baik sehingga sangat memuaskan tetapi terkesan berlebihan, ada 3 atribut yaitu:
1. Staf/karyawan dapat menumbuhkan perasaan nyaman selama berhubungan dengan konsumen.
 2. Staf/karyawan selalu sabar dalam memberikan layanan kepada konsumen.
 3. Staf/karyawan berpenampilan baik dan menarik.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran-saran yang berguna bagi pihak perusahaan yaitu:

1. PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru hendaknya memperhatikan kedua atribut yang berada pada kuadran I (prioritas utama) karena hal tersebut dianggap sangat penting bagi konsumen sedangkan kinerja PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru masih belum sesuai dengan yang diharapkan konsumen atau belum memuaskan konsumen sehingga perlu ditingkatkan kinerjanya, yang terdiri dari 2 atribut yaitu:
 - a. Kesiediaan staf/karyawan dalam membantu kesulitan konsumen dengan cepat.
 - b. Staf/karyawan mau meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.
2. PT. Agung Automall SM. Amin hendaknya mampu dan lebih tanggap dalam membantu mengatasi kesulitan yang dialami konsumennya dengan cepat agar konsumen tidak merasa waktu mereka terbuang sia-sia. Pihak perusahaan juga harus lebih meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan konsumen agar konsumen merasa diperhatikan dan merasa menjadi prioritas utama pihak perusahaan.
3. Peneliti selanjutnya hendaknya melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PT. Agung Automall SM. Amin, agar pihak perusahaan dapat memaksimalkan kualitas pelayanan demi tercapainya kepuasan konsumen.

DARTAR PUSTAKA

- Haryadi Sarjono & Winda Julianita, 2011, *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler. Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Edisi kesembilan*, PT. Prehallindo, Jakarta.
- _____, 2001, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, PrenhalIndo, Jakarta.
- Rangkuti, 2001, *Riset Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rambat Lupiyadi, 2001, *Manajemen Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- _____, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.