

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. RAJAWALI NUSINDO CAB. BANDUNG DI WILAYAH BANDUNG

Alwi Fahri Ramdani, Ati Mustikasari, Bethani Suryawardani
Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
*E-mail: alwifahryramdani.afr@gmail.com
Bethani@tass.telkomuniversity.ac.id
Atimustikasari@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak : Industri farmasi menjadi salah satu sektor yang ditingkatkan pada 2018, karena dianggap memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam pertumbuhan ekonomi. Di 2017, industri farmasi mengalami pertumbuhan 6,85%. Menurut Wakil Sekjen GP Farmasi Indonesia Kendrariadi Suhandi, saat ini pangsa pasar telah mencapai Rp 70 triliun, dan membutuhkan kenaikan 10 kali lipat dari tahun sekarang agar mampu mencapai angka Rp 700 triliun pada tahun 2025. PT. Rajawali Nusindo adalah salah satu perusahaan distribusi obat-obatan dan peralatan medis yang ada di Indonesia. Kualitas Pelayanan menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif kausal dengan menggunakan metode penyebaran sampel yaitu *nonprobability sampling* dengan *sampling incidental* yang disebarkan kepada 148 responden yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan *Slovin*. Berdasarkan analisis deskriptif mengungkapkan besarnya nilai Kualitas Pelayanan sebesar 83,33 % dan nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 81,41% dimana kedua variabel tersebut dinyatakan dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 7,6% sedangkan sisanya yaitu 92,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang Penelitian

Industri farmasi menjadi salah satu prioritas sektor yang ditingkatkan pada 2018, karena dianggap memberikan kontribusi yang cukup signifikan dalam pertumbuhan ekonomi. Di 2017, industri farmasi, produk obat kimia, dan obat tradisional mengalami pertumbuhan 6,85% atau lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi. Disamping itu juga, nilai investasi di sektor farmasi juga meningkat sebesar 35,65% sehingga mencapai Rp5,8 triliun. Maka dari itu, Gabungan Pengusaha (GP) Farmasi membuat *roadmap* di industri farmasi agar pangsa pasar di industri ini mencapai Rp 700 triliun pada 2025. Menurut Wakil Sekjen GP Farmasi Indonesia Kendrariadi Suhandi, saat ini pangsa pasar telah mencapai Rp70 triliun, artinya butuh kenaikan 10 kali lipat agar bisa mencapai angka Rp 700 triliun. (<http://www.neraca.co.id/>)

Untuk mendapatkan profitabilitas yang tinggi maka industri farmasi di Indonesia harus meningkatkan inovasi, baik dalam unsur perkembangan teknologi dan manajemen bisnis. Kemajuan sebuah perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumennya, PT Rajawali Nusindo Cabang

sangat penting bagi perusahaan tersebut agak mampu bersaing dan mampu memberikan nilai lebih terhadap pelanggannya. Dengan demikian kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut harus sesuai atau melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan, yang pada akhirnya, mampu menciptakan kepuasan pelanggan, yang secara tidak langsung akan menjadi customer base yang dapat menguntungkan perusahaan.

Terlihat bagaimana para karyawan PT Rajawali Nusindo Cabang Bandung melayani konsumennya dengan baik yaitu seperti melakukan pendekatan terhadap konsumen dalam mencari peluang untuk menawarkan produk, melakukan persentasi langsung di depan konsumen untuk menjabarkan produk-produk dari perusahaan tersebut, bersikap sopan dan santun terhadap konsumen pada saat proses *join company* dan juga pemilihan sikap yang baik dalam menghadapi berbagai macam karakter konsumen.

Berdasarkan penelitian (Nugroho and Magnadi, 2018) dapat dilihat dari hasil penelitian terhadap sebuah perusahaan jasa pengiriman, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut, mempunyai pengaruh sebesar 85,9% terhadap kepuasan pelanggan. Karena masing-masing variabel atau dimensi dari kualitas pelayanan itu mempunyai karakteristik pengaruh yang berbeda-beda terhadap kepuasan konsumen sehingga variasi ini sangat perlu dikaji atau diketahui oleh perusahaan agar mampu memberikan pelayanan yang berbeda dan mampu memuaskan konsumennya. Maka dari itu jelas terlihat bahwa ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas pelayanan tersebut memang dirasa sangat penting dalam proses *selling* di sebuah perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung terhadap Kepuasan Pelanggan di Wilayah Bandung."

1. Perumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan dari PT Rajawali Nusindo Cabang Bandung ?
2. Bagaimana tanggapan responden terhadap Kepuasan Pelanggan dari PT Rajawali Nusindo Cabang Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dari PT Rajawali Nusindo Cabang Bandung terhadap Kepuasan Pelanggan.?

2. Tujuan Penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan dari PT Rajawali Nusindo Cabang Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Kepuasan Pelanggan dari PT Rajawali Nusindo Cabang Bandung.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dari PT Rajawali Nusindo Cabang Bandung terhadap Kepuasan Pelanggan.

Bandung ini merupakan perusahaan distribusi obat-obatan dan alat kesehatan, yang harus memperhatikan kualitas standar pelayanan yang telah ditetapkan. Sehingga kualitas pelayanan merupakan aspek yang

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Gronoss (2007) dalam Ismail et al. (2016) kualitas layanan adalah hasil penting dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum dan sesudah pengalaman mereka terhadap layanannya.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:113) dalam Meiliani, D. S., dan Mustikasari, A. (2018) kualitas jasa atau kualitas layanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono, (2011:331) dalam Tambunan, P.R., dan Suryawardani, B. (2015). Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dan terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Reliability (reliabilitas), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Responsiveness (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Assurance (jaminan), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empathy (empati), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Tangibles (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017: 197) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang di peroleh dengan kenyataan yang dimiliki oleh konsumen.

Menurut Barnes (2011: 359) dalam (Themba et al., 2019) Kepuasan adalah tanggapan penilaian pelanggan terhadap pemenuhan kebutuhan, keinginan, harapan dan tujuan sesuai dengan asumsi kepuasan yang dipilih, dirasakan, menyenangkan dan memenuhi berbagai tuntutan.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

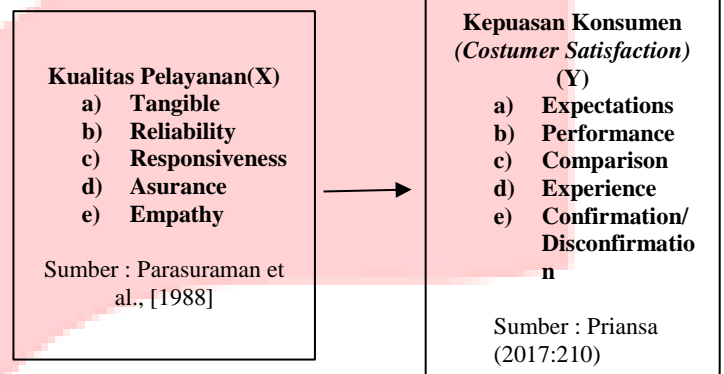
Menurut Priansa (2017:210) elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Harapan (*Expectations*)
Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.
2. Kinerja (*Performance*)
Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.
3. Perbandingan (*Comparison*)
Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.
4. Pengalaman (*Experience*)
Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas hipotesis dalam penelitian ini adalah “Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung di Wilayah Bandung.

METODE PENELITIAN

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung, maka jenis metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kausal.

Menurut (Sugiyono, 2017:7) Metode kuantitatif adalah “Metode kuantitatif dapat di artikan sebagai metode pasitivistik karena berlandaskan pada filsafat positivism. . Metode ini disebut metode kuantitatif karena data dan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Menurut Sugiyono (2017:35), penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Sedangkan penelitian kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2017:37). Dan analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan (X) PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung berada di kategori sangat baik, dengan perolehan persentase 83,33%. Angka tersebut diperoleh berdasarkan rata-rata dari persentase skor tiap item pertanyaan yang telah diberikan. Skor tertinggi diperoleh item nomor 8 dengan persentase 87,67% yang menyatakan bahwa karyawan sudah sangat menguasai informasi mengenai produk secara detail pada saat melakukan penawaran kepada pelanggan. Sedangkan skor terendah diperoleh item nomor 11 dengan persentase 80,57% yang menyatakan bahwa karyawan sudah mampu mengerti dengan baik situasi pelanggan pada saat melakukan penawaran.

Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan (Y) PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung berada dalam kategori sangat baik, dengan perolehan persentase 81,41%. Angka tersebut diperoleh berdasarkan rata-rata dari persentase skor tiap item pertanyaan yang telah diberikan. Skor tertinggi diperoleh item nomor 15 dengan persentase 83,11% yang menyatakan bahwa tidak ada pengalaman buruk yang terjadi ketika karyawan melakukan penawaran produk, Sedangkan skor terendah diperoleh item nomor 16 dengan persentase 77,87% yang menyatakan bahwa karyawan selalu melakukan konfirmasi pesanan kepada pelanggan dengan baik.

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel Independen (X) yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung. Berikut pada tabel 1 ditampilkan hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 22, yang diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std.Error
(Constant)	10,754	1.603
TX	.151	.043

Sumber : Hasil dari SPSS 22 for Windows

Dari hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut akan dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai Y merupakan besarnya Kepuasan Pelanggan pada PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung.
- Nilai konstanta (a) dalam garis regresi adalah 10,754. Hal ini berarti apabila variabel X (Kualitas Pelayanan) bernilai (0), maka variabel Y (Kepuasan Pelanggan) bernilai 10,754.
- Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,151. Hal ini berarti bahwa penambahan 1% dari variabel X (Kualitas Pelayanan), diprediksi akan meningkatkan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,151 atau sebesar 15,1% . Tanda (+) dalam persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa arah pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif.
- Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), karena memiliki nilai signifikansi < dari 0,05 atau (0,001<0,05).

Uji Hipotesis

Uji t (Uji parsial)

Penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dari masing-masing variabel pada output hasil regresi dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 22. Jika nilai probabilitas $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen sebaliknya apabila nilai probabilitas $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut pada tabel 2 ditampilkan hasil Uji t dengan menggunakan aplikasi SPSS 22 For Windows.

Tabel 2 Hasil Uji t

Standardized Coefficients	t	Sig.
.276	6.708	.000
	3.475	.001

Sumber : Hasil dari SPSS 22 for Windows

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 2 di atas diperoleh nilai dari t_{hitung} sebesar 3,475 atau lebih besar dari t_{tabel} 1,97623. Adapun nilai t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k$, ($148 - 1 = 147$), dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 (5%). Nilai signifikan yang dihasilkan pada tabel 4.10 menunjukkan angka sebesar 0,001 atau koefisien bernilai lebih kecil dengan nilai probabilitas sebesar 0,05. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima jadi terdapat hubungan atau pengaruh dari variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) pada PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung.

Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung di wilayah Bandung, dalam bentuk persentase, maka digunakan juga pengujian koefisien determinasi seperti terlihat pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b		
Model	R	R Square
1	.276 ^a	.076
a. Predictors: (Constant), TX		
b. Dependent Variabel: TY		

Sumber : Hasil dari SPSS 22 for Windows

Dari hasil yang tertera pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi *R Square* dalam penelitian ini adalah sebesar 0,076 atau sebesar 7,6% yang berarti variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 7,6% sedangkan sisanya 92,4% atau sebesar 0,924 di pengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti seperti kualitas produk dan harga produk pada perusahaan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung di wilayah Bandung. Maka diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab beberapa rumusan masalah pada penelitian ini. Berikut ini, merupakan kesimpulan yang didapat oleh penelitian sebagai berikut :

- Tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung berada pada kategori sangat tinggi yaitu sebesar 83,33%. Skor tersebut didapat dari pengukuran berdasarkan dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.
- Tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung berada pada kategori sangat tinggi yaitu sebesar 81,41%. Skor tersebut di dapat dari pengukuran berdasarkan dimensi *Harapan (Expectations)*, *Kinerja (Performance)*, *Perbandingan (Comparisons)*, *Pengalaman (Experience)*, *Konfirmasi (Confirmation)*.
- Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan melakukan uji t (uji parsial) dan uji koefisien determinasi terhadap penelitian ini memunculkan keputusan H_1 yang diterima dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang berarti terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung di wilayah Bandung yaitu sebesar 7,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh 7,6% terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Rajawali Nusindo Cab. Bandung. Sedangkan sisanya sebesar 92,4% di pengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti seperti misalnya kualitas produk dan harga produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Nugroho, A., Magnadi, R.H., 2018. PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN LAZADA EXPRESS SAAT HARBOLNAS DI E-COMMERCE 7, 1–11.
- Ismail, A., Mohd Yunan, S., Yusrizal, 2016. Services Quality as a predictor of customer satisfaction and customer loyalty. Univ. Kebangs. Malays.
- Meiliani, D. S., dan Mustikasari, A, 2018. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN Studi Kasus pada jasa di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Cabang Setrasari Mall Bandung 2018. Universitas Telkom.
- Tambunan, P. R., & Suryawardani, B. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt. jne perwakilan kawalayaan tahun 2014.
- Priansa, D.J., 2017. Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. Alfabeta BANDUNG, Bandung.
- Sugiyono, 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Themba, O.S., Nurlaely, R., Herman, S., 2019. Increasing customers' loyalty. The contribution of marketing strategy, service quality and customer satisfaction. Sch. Econ. Makassar STIEM Bongaya Indones. 7. <https://doi.org/10.14738/abr.72.6114>

- Fransiska, I., dan Mustikasari, A, 2015. PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Terhadap Mujigae Resto Festival Citylink). Universitas Telkom
- Gustiawan, I., dan Mustikasari, A, 2019. ANALISIS IMPLEMENTASI KUALITAS LAYANAN JASA PADA TOYOTA AUTO2000 SOEKARNO HATTA BANDUNG 2018. Universitas Telkom.
- Suryawardani, B., Hanifa, F, H., Sastika, W., & Wulandari, A. (2019). SERVICE EXCELLENCE AND SERVICE RECOVERY: THE IMPACTS ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALITY. *Sustainable Collaboration in Business, Technology, Information and Innovation (SCBTII)*
- Utami, R. P., & Suryawardani, B. (2016). Pengaruh Servicescape terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Heaven's Café and Boutique Bandung Tahun 2016). *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*, 6 (1), 237-244.

