

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. CSM. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui respon pelanggan terhadap kualitas pelayanan, mengetahui respon pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan mengetahui kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk dan jasa, kepuasan konsumen dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi pula tingkat kualitas semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan konsumen (Kotler & Keller, 2008:145). Kepuasan pelanggan yaitu Perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. (Cadotte, et al dalam Tjiptono. 2011:433)

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah primer dan sekunder. Sedangkan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini adalah kuesioner, wawancara dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 205 responden yang berada di fakultas komunikasi dan bisnis. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda menggunakan *software* SPSS versi 21.00

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis regresi linier berganda, secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. CSM, hal ini dibuktikan dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $(88,711 > 1.876)$ dan tingkat signifikansinya $0,003 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial didapat Variabel *tangible*, *reability* dan *empathy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel *responsiveness* dan *assurance* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, diketahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan adalah sebesar 69%, sedangkan sisanya 31% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kesopanan, kompetensi, kredibilitas, keamanan, akses dan komunikasi.

Kesimpulan dari penelitian ini kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PT. CSM secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Variabel *tangible* memberi pengaruh sebesar 15,1%, variabel *reability* sebesar 14,5%, variabel *responsiveness* sebesar 6,6%, variabel *assurance* sebesar 10,6% dan variabel *empathy* sebesar 22,2%.

Kata Kunci : *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan*

ABSTRACT

This research was carried to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. CSM. The purpose of this research was to evaluate the response of customers to service quality, customer response to determine customer satisfaction and know the quality of service simultaneously and partially on customer satisfaction.

The quality of products and services, customer satisfaction and profitability of the company are three things that are closely related. The higher the level the higher the quality of generated level of customer satisfaction, which support higher prices and (often times) lower cost. The quality is definitely key to creating value and customer satisfaction (Kotler & Keller, 2008: 145). Customer satisfaction is feelings that arise as a result of an evaluation of the experience of the use of products or services (Cadotte, et al in Tjiptono. 2011:433)

The method used is the method of quantitative descriptive research and causality. This type of data is required for primary and secondary research. While the techniques used in collecting the data for this study were questionnaires, interviews and literature study. Sampling was done by probability sampling method, the number of respondents was 205 respondents who were in the faculty of communication and business. Then, for data analysis used descriptive analysis and multiple linear regression analysis using SPSS software version 21.00

Based on the results of data processing multiple linear regression analysis, quality of service simultaneously significant effect on customer satisfaction at PT. CSM, this is evidenced by the results $F_{hitung} > F_{tabel}$ by $(88.711 > 1.876)$ and 0.003 significance level < 0.05 . Based on the test results obtained by partial hypothesis tangible variables, reability and empathy significantly influence customer satisfaction. Variable responsiveness and assurance are not significantly influence customer satisfaction. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination, known to influence amount of simultaneous service quality is amounted to 69%, while the remaining 31% is influenced by other factors not examined in this study such as politeness, competence, credibility, security, access and communication.

The conclusion of this research service quality and customer satisfaction at PT. CSM as a whole are included in good category. tangible effect of 15.1%, reability 14.5%, 6.6% responsiveness, assurance and empathy 10.6% of 22.2%.

Keywords: service quality, customer satisfaction