

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. ADI RAHARJA UTAMA SURABAYA

**Astrini Fitria Santoso**  
*astrini.fitria@yahoo.com*

**Aniek Wahyuati**  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*Service quality is a strategy which is very important for the success and the development of a business organization. The purpose of this research is to find out the influence of service quality which consists of physical evidence, reliability, responsiveness, guarantee and empathy to the customers' satisfaction. The population is the consumers who use the services of a pest control especially termite extermination in the months of January to October 2014 at PT. Adi Raharja Utama (Shield Pest Control) in Surabaya. The purposive sampling is used as the sample collection technique and 94 people have been selected as samples. The multiple regressions analysis is used as the analysis technique. The result of this research describes that service quality variables which consist of physical evidence, reliability, responsiveness, guarantee and empathy have influence to the customers' satisfaction variable.*

*Keywords: Service Quality, Customers' Satisfaction.*

### ABSTRAK

Kualitas layanan merupakan suatu strategi yang sangat penting bagi perkembangan dan keberhasilan organisasi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini meliputi konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama khususnya pada pembasmian rayap pada bulan Januari sampai Oktober 2014 pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 94 orang. Sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan pengaruh variabel kualitas layanan yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

### PENDAHULUAN

Dalam keadaan perekonomian era globalisasi yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan. Dan ketatnya persaingan dunia bisnis dan perkembangan menyebabkan pemasar harus memiliki strategi pemasaran paling tepat sesuai kondisi perusahaan dan iklim bisnis yang dihadapi saat ini, termasuk didalamnya persaingan dalam bisnis pengendalian hama. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Karena bisnis seperti ini hanya mempunyai pelanggan khusus dikarenakan tidak semua menggunakan jasa pembasmian hama. Namun masih banyak dalam prakteknya perusahaan-perusahaan jasa pengendalian hama yang mengalami masalah dengan kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu perusahaan pengendalian hama memprioritaskan pada kepuasan

konsumen agar tetap bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar pengguna jasa pengendalian hama. Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik.

Maka pada situasi seperti ini menuntut kejelian pihak perusahaan melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen. Sehingga kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan menurut (Wijaya, 2011:11). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dimana kepuasan konsumen sangat diutamakan untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan.

Kepuasan konsumen merupakan prioritas utama bagi perusahaan. Karena konsumen puas belum berarti mereka puas, akan tetapi konsumen yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal. Pada jangka pendek, memperbaiki loyalitas konsumen akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Soeling, 2007).

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan menikmati jasa tersebut. Mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan.

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Disisi lain pemasaran juga merupakan langkah awal yang harus dilakukan perusahaan dalam memasarkan jasanya agar dapat diterima konsumen dengan baik. Dalam memberikan jasa layanan yang baik kepada konsumen maka perlu diperhatikan dimensi kualitas jasa layanannya. Menurut (Tjiptono, 2008:75) disebutkan bahwa aspek kualitas layanan terdiri dari Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiviness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*). Bukti fisik (*Tangible*) pelayanan yang memuaskan dan menyenangkan, mesin atau alat-alat operasionalnya yang masih bagus dan sesuai dengan standar operasional, serta fasilitas-fasilitas lainnya yang memadai. Keandalan (*Reliability*) seperti ketetapan dalam jadwal penyelesaian pekerjaan. Daya tanggap (*Responsiviness*) kemampuan yang tanggap dalam mewujudkan keinginan konsumen yang beragam serta mendengarkan keluhan tentang permasalahan yang terabaikan. Jaminan (*Assurance*) memberikan jaminan akan kenyamanan konsumen atas ketepatan waktu pelayanan yang diberikan. Empati (*Emphaty*) komunikasi yang dijalin antara perusahaan dengan konsumen untuk jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diajukan antara lain; 1) Apakah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. 2) Apakah Daya Tanggap, merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Sedangkan tujuan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini antara lain; 1) Untuk mengetahui pengaruh variabel Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. 2) Untuk mengetahui apakah Daya Tanggap, merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen dalam memilih dan menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya.

## TINJAUAN TEORETIS DAN HIPOTESIS

### Jasa

Menurut (Payne, 2012:6) merumuskan jasa sebagai aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) *intangible* yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan pada kondisi ini bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa mempunyai atau tidak mempunyai ikatan dengan produk fisik.

Menurut (Kotler, 2009:476) jasa merupakan tindakan atau kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak yang lain secara prinsip *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Sehingga produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terkait pada suatu produk fisik.

Menurut (Zeithaml dan Bitner, 2009:5) mendefinisikan jasa yaitu mencakup semua kegiatan ekonomi yang keluarannya bukannya produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang bersamaan, dan nilai tambah yang diberikan dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip *intangible* bagi pembeli pertamanya.

Dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat kepada konsumen yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikannya.

### Karakteristik Jasa

Menurut (Zeithaml dan Bitner, 2009:19) menggambarkan perbedaan karakteristik barang dan jasa yang mencakup intangibilitas, keberagaman, simultanitas produksi dan konsumsi jasa, dan kerentanan (*perishability*).

1. Intangibilitas (*Intangibility*), Jasa itu lebih merupakan tindakan, proses-proses atau untuk kerja bukannya merupakan objek. Jasa tidak bisa dilihat, dirasakan, dicicipi karena itu jasa tidak bisa disimpan. Dan akibatnya fluktuasi permintaan jasa sering sulit untuk dikendalikan. Jasa tidak bisa dipatenkan secara sah, sehingga suatu konsep jasa akan mudah sekali ditiru oleh pesaing. Jasa juga tidak bisa di pajang setiap saat atau dengan mudah dikomunikasikan kepada konsumen, karena itu kualitas jasa mungkin sulit untuk dinilai oleh konsumen. Penentuan harga jasa juga sulit karena biaya pemrosesan jasa sulit dibedakan mana yang biaya tetap dan mana yang biaya operasi.
2. Keberagaman, Selain keluarannya *intangible*, keluaran jasa juga bervariasi (*heterogen*) sehingga jasa sulit distandarisasikan. Sebab setiap individu konsumen itu ingin dipenuhi keinginannya dengan cara yang berbeda-beda. Karena jasa itu suatu bentuk kerja, dan sering dikerjakan oleh manusia maka tidak ada dua jasa keluaran yang sama.
3. Simultanitas Produksi dan Konsumsi (*Inseparability*), Karakteristik antara produksi dan konsumsi jasa berbeda dengan karakteristik barang. Barang biasanya dibuat kemudian dijual dan dikonsumsi. Sementara itu, banyak jasa dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersama-sama. Konsumen sering berinteraksi dengan konsumen lainnya selama proses jasa berlangsung dan bisa memengaruhi pengalaman konsumen yang lain.
4. Kerentanan, Jasa tidak bisa disimpan, dijual lagi atau dikembalikan. Kerentanan tersebut membuat jasa sulit untuk disimpan. Persediaan jasa sulit dilakukan, karena itu peramalan permintaan dan perencanaan yang kreatif dalam menggunakan fasilitas jasa merupakan hal yang sangat penting dan memerlukan keputusan yang bijaksana. Kenyataan bahwa jasa itu biasanya tidak bisa dikembalikan atau dijual kembali mengimplikasikan perlu disusunnya strategi perbaikan (*recovery*) yang akan digunakan ketika terjadi kesalahan.

## Kualitas Jasa

Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan. Kualitas itu sendiri sesuatu yang diputuskan oleh konsumen. Menurut (Tjiptono, 2008:252) kualitas jasa merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi. Kualitas jasa yang diterima sesuai dengan keinginan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Apabila jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

## Konsep Perilaku Konsumen

### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut (Sumarwan, 2011:4) perilaku konsumen yaitu perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut (Dharmmesta dan Handoko, 2011:10) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut (Kotler, 2009:201) perilaku konsumen (*costumer behavior*) didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan suatu kegiatan.

### 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut (Kotler, 2009:153) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain:

#### a. Faktor Budaya

Menurut ilmu antropologi, kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.

#### b. Faktor Sosial

Peran status, kependudukan orang di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status.

#### c. Faktor Pribadi

Pekerjaan, mempengaruhi pola konsumennya. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok bahkan dapat mengkhususkan produknya untuk kelompok profesi tertentu.

#### d. Faktor Psikologis

Pembelajaran, proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan atau sebaliknya, tidak terjadi apabila konsumen merasa kecewa pada suatu produk atau jasa yang kurang baik.

## Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat produk yang dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli menurut (Kotler dan Armstrong, 2008:23). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan kita tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Jika

kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang menurut (Kotler dan Keller, 2007:70).

Beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, yang (Tjiptono dan Diana, 2009:105) dengan empat metode sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran (*Complaint and Suggetion System*)

Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan yang dialami oleh pelanggan. Tetapi ada kesulitan untuk metode ini yang bersifat pasif, tidak semua pelanggan yang tidak puas menyampaikan keluhannya. Dari sini upaya untuk mendapatkan saran dan hubungan jangka panjang yang baik dari pelanggan cukup sulit diwujudkan.

2. Survei kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*)

Perusahaan melakukan survey dengan tujuan yang diperoleh berupa tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan.

3. Pembeli bayangan (*Ghost Shopping*)

Perusahaan mempekerjakan beberapa orang (ghost shopper) dengan tujuan pembeli potensial, kemudian melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayan yang melayaninya.

4. Analisis pelanggan yang lari (*Lost Customer Analysis*)

Menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli maupun berpindah ke perusahaan lain. Dari hubungan semacam ini maka informasi diperoleh untuk memperbaiki kinerja perusahaan dengan mengetahui kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

## Hipotesis

### *Pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen*

Kemampuan suatu perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keandalan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pihak pemberi jasa. Surabaya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik bukti fisik yang dimiliki oleh PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen yang menggunakan jasa perusahaan tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>:Bukti Fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

### *Pengaruh Keandalan terhadap kepuasan konsumen*

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan janjinya mendekati akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa perbedaan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi. Semakin baik kemampuan PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya dalam memberikan jasa pelayanan berupa; kemampuan memberikan pelayanan yang baik dan simpatik, kecepatan dan ketepatan pekerjaan serta kecakapan dalam memberikan penjelasan akan membuat konsumen semakin senang. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>2</sub>:Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

### *Pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan konsumen*

Kemampuan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi yang jelas dan mudah dipahami serta tanggap terhadap segala keluhan serta keinginan yang diharapkan konsumen. Hasil ini

mencerminkan bahwa semakin baik daya tanggap yang diberikan PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya dalam melayani konsumen seperti kesediaan memecahkan masalah dengan segera, mampu menerima keluhan dan masukan maupun pemberian informasi yang tepat dan jelas akan membuat konsumen senang sehingga kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: Daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

#### *Pengaruh Jaminan terhadap kepuasan konsumen*

Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam bersikap serta berbicara agar menumbuhkan rasa percaya kepada konsumen terhadap perusahaan seperti ; karyawan yang dapat dipercaya, karyawan yang memiliki kompetensi dan bersikap profesional maupun kelengkapan peralatan yang dimiliki akan membuat konsumen merasa nyaman dan aman menggunakan jasa pembasmi hama pada perusahaan tersebut sehingga tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya tersebut akan semakin tinggi. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub>: Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

#### *Pengaruh Empati terhadap kepuasan konsumen*

Memberikan perhatian yang tulus dan sifatnya secara individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen yang menggunakan jasa perusahaan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumennya, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. . Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik empati yang diberikan oleh perusahaan dalam melayani konsumen seperti : memberikan perhatian yang penuh kepada konsumen, memahami setiap kebutuhan para konsumen mampu melakukan komunikasi yang efektif akan membuat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>5</sub>: Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

#### *Pengaruh dominan Daya tanggap terhadap kepuasan konsumen*

Kualitas layanan yang berupa variabel daya tanggap mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>6</sub>: Daya tanggap merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Menurut ( Sugiyono, 2008:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini meliputi konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama khususnya pada pembasmian rayap pada bulan januari sampai oktober 2014 di PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya yang berhak menjadi responden. Untuk menentukan sampel dapat dilakukan berdasarkan teknik pengambilan sampel yaitu dengan *Purposive Sampling*, dimana kuisioner dibagikan kepada responden yang menggunakan jasa pengendalian hama sebanyak 94 responden.

## Variabel

Untuk menilai kepuasan konsumen akan dijelaskan indikator produk atau jasa yang diteliti pada setiap variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan menjelaskan variabel dan mendefinisikan setiap indikator dari variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas berkaitan dengan Bukti fisik (BF), Keandalan (KD), Daya tanggap (DT), Jaminan (JM) dan Empati (ET) sedangkan variabel terikat adalah kepuasan konsumen jasa (KKJ).

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

1. Bukti Fisik (BF) merupakan fasilitas fisik, pegawai, dan sarana komunikasi. Penampilan dan kemampuan fasilitas fisik yang dimaksud adalah kinerja karyawan, media komunikasi yang digunakan, dan peralatan yang digunakan untuk membasmi hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut; 1) Kecanggihan peralatan yang digunakan oleh perusahaan. 2)Kebersihan di lingkungan perusahaan. 3) Karyawan menggunakan pelindung yang aman saat bekerja. 4) Memberikan pelayanan yang baik dan sopan kepada konsumen.
2. Keandalan (KD) merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut; 1) Kemampuan dalam memberikan pelayanan yang baik dan simpatik. 2) Kecepatan dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan. 3) Kecakapan dalam memberikan penjelasan kepada konsumen.
3. Daya Tanggap (DT) merupakan keinginan para staff untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Tanggap dalam membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat terhadap respon keluhan maupun saran dari konsumen pengguna jasa pengendalian hama. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut; 1) Kesiediaan dalam memecahkan masalah yang ada dengan segera. 2) Mampu menerima keluhan dan masukan dari konsumen. 3) Pemberian informasi yang tepat dan jelas.
4. Jaminan (JM) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff. Bebas dari bahaya atau keraguan. Karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya diri serta memberikan keyakinan kepada konsumen agar menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Adapun indikatornya sebagai berikut; 1) Dapat dipercaya dalam setiap upaya dan tindakan. 2) Karyawan yang kompetitif dan profesional. 3) Kelengkapan peralatan dalam menunjang kinerja perusahaan. 4) Karyawan mempunyai pengetahuan atau wawasan yang luas.
5. Empati (ET) merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan. Syarat untuk peduli dengan memberikan perhatian dan sifatnya secara pribadi agar terjalin hubungan jangka panjang bagi konsumen PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Adapun indikatornya sebagai berikut; 1) Memberikan pelayanan dan perhatian yang penuh kepada konsumen. 2) Memahami setiap kebutuhan para konsumen. 3) Mampu melakukan komunikasi yang efektif kepada konsumen.
6. Kepuasan Konsumen Jasa Pengendalian Hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya (kkj). Adapun indikator yang digunakan pada variabel ini adalah sebagai berikut; 1) Kinerja karyawan di dalam melayani para konsumen jasa pengendalian hama PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. 2) Jasa pengendalian hama PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya dalam mempertahankan citra perusahaan sangat memuaskan kebutuhan para konsumen.

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert dikatakan ordinal karena pernyataan sangat setuju mempunyai tingkat atau

preferensi lebih tinggi dari setuju dan setuju lebih tinggi dari biasa atau ragu dan seterusnya (Sunyoto, 2011:67). Pengukuran umumnya berupa daftar pertanyaan atau kuesioner dengan rentang nilai untuk setiap pertanyaan yang mengandung makna positif (memuaskan konsumen) diberikan nilai paling tinggi dan begitu juga sebaliknya. Dengan ketentuan sebagai berikut; nilai 1 untuk nilai sangat tidak setuju, nilai 2 untuk nilai tidak setuju, nilai 3 untuk nilai setuju, nilai 4 untuk nilai sangat setuju.

## **Teknik Analisis Data**

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) layak untuk mengukur apa yang diinginkan. Menurut (Noor, 2011:132) uji validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dan kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Suatu instrument dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi yaitu correlation  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sebaiknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah dengan nilai correlation  $r$  hitung.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap obyek dan alat pengukur yang sama. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan kemantapan atau konsistensi hasil pengukuran. Sedangkan untuk mengukur tingkat koefisien alfa atau yang lebih dikenal dengan sebutan Alpha Cronbach dan hanya perlu satu kali dilakukan pengukuran dengan program SPSS. Item pengukuran dikatakan reliable jika memiliki nilai koefisien Alpha Cronbach's  $>$  0.6 (Noor, 2011:165).

### **Uji Asumsi Klasik**

- a. Uji Normalitas, pengujian untuk melihat apakah data yang digunakan baik untuk menguji data terdistribusi normal atau tidak, penelitian ini menggunakan probability plot. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal. Apabila data yang digunakan terdistribusi normal, maka residual plots akan mengikuti garis normalitas dan berada di sekitar garis. Uji normalitas lain pada penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:
  1. Jika nilai Probabilitas  $>$  0,05 data berdistribusi normal.
  2. Jika nilai Probabilitas  $<$  0,05 data tidak berdistribusi normal.
- b. Uji Multikolinearitas, pengujian untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel independen, jika terjadi korelasi antara variabel independen maka hal ini berarti terdapat multikolinieritas dan persamaan regresi ganda yang akan terbentuk tidak dapat digunakan untuk peramalan. Untuk itu diperlukan pengujian ini untuk melihat apakah terdapat multikolinieritas pada suatu persamaan regresi. Menurut (Duwi Priyatno, 2009) variabel dikatakan mempunyai masalah multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF lebih besar dari 10.
- c. Uji Heterokedastisitas, menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas, dan jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Deteksi adanya heterokedastisitas yakni



dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik; dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual dari (Y prediksi-Y sebelumnya) yang telah di studentized.

### Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi merupakan alat ukur untuk melihat besarnya kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan menggunakan koefisien determinasi berganda. Interpretasi:

1. Jika R<sup>2</sup> mendekati 1 (semakin besar nilai R<sup>2</sup>), menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin kuat.
2. Jika R<sup>2</sup> mendekati 0 (semakin kecil nilai R<sup>2</sup>), menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin lemah. Untuk mempermudah perhitungan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menggunakan program SPSS.

### Analisis Uji Goodnes Of Fit (Kelayakan Model)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen kriteria pengujian:

- a. P-value < 0.05 menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian.
- b. P-value > 0.05 menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

### Pengujian Hipotesis

- a. Analisis Parsial Uji t, untuk membuktikan apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat atau tidak. Menentukan taraf signifikansi  $\frac{\alpha}{2} = 0,05$  sedangkan untuk menarik kriteria penerimaan dan penolakan H<sub>0</sub> adalah sebagai berikut ini: H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak apabila  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$   
H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima apabila  $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$
- b. Koefisien Determinasi Parsial (r<sup>2</sup>), digunakan untuk mengetahui faktor manakah yang paling berpengaruh dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen yang memakai jasa di PT. ADI RAHARJA (*Shield Pest Control*) di Surabaya.

### Model Penelitian

Menurut (Ghozali, 2011:96) mengemukakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati) terhadap variabel dependen yaitu meningkatkan kepuasan konsumen. Rumus matematis dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$KKJ = a + b_1BF + b_2KD + b_3DT + b_4JM + b_5ET$$

Keterangan:

KKJ = Kepuasan Konsumen

A = Nilai Konstanta

BF = Bukti Fisik

KD = Keandalan

DT = Daya Tanggap

JM = Jaminan

ET = Empati

b1, b2, b3, b4, b5 = Koefisien Regresi

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Karakteristik Responden

Subyek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama di PT. Adi Raharja (*Shield Pest Control*) di Surabaya sebanyak 94 orang. Gambaran umum subyek penelitian dilakukan dengan menguraikan karakteristik meliputi jenis kelamin, dan instansi responden. Gambaran karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, dan instansi responden dapat diuraikan sebagai berikut:

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin

Berdasarkan data dari kuisioner, terlihat bahwa distribusi frekuensi berkaitan dengan jenis kelamin responden yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya, terbanyak adalah yang berjenis kelamin pria sebanyak 64 orang dengan prosentase sebesar 68,1%. Sedangkan sisanya adalah mereka yang berjenis kelamin wanita sebanyak 30 orang dengan prosentase sebesar 31,9%.

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Instansi

Berdasarkan data dari kuisioner, terlihat bahwa distribusi frekuensi berkaitan dengan instansi yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya, terbanyak adalah perkantoran sebanyak 62 instansi dengan prosentase sebesar 66,0%. Terbanyak kedua adalah perumahan sebanyak 18 rumah dengan prosentase sebesar 19,1%. Sedangkan sisanya adalah fasilitas umum sebanyak 14 fasilitas umum dengan prosentase sebesar 14,9%.

### Tanggapan Responden

Tanggapan responden berkaitan dengan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati serta kepuasan mereka untuk menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya tampak tabel 1 sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Tanggapan Responden**

Indikator	Jawaban									
	STS		TS		S		SS		Total	
	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%	Jml	%
Bukti Fisik	3	0,8	58	15,4	194	51,6	121	32,2	376	100
Keandalan	0	0,0	16	5,7	137	48,6	129	45,7	282	100
Daya Tanggap	0	0,0	20	7,1	157	55,7	105	37,2	282	100
Jaminan	2	0,5	50	13,3	219	58,2	105	27,9	376	100
Empati	0	0,0	27	9,6	182	64,5	73	25,9	282	100
Kepuasan Konsumen	0	0,0	11	5,9	119	63,3	58	30,9	188	100

Sumber Data: Hasil kuesioner diolah

Dari tabel 1 diatas terlihat bahwa sebagian besar rata-rata tanggapan responden yang diperoleh menunjukkan pada skor 3 (setuju) dengan prosentase sebesar 64,5% dalam memberikan tanggapan mereka yang berkaitan dengan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta kepuasan mereka untuk menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya.

### Uji Reliabilitas dan Validitas

Hasil pengujian reliabilitas didapat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,863 lebih besar 0,60 yang berarti butir-butir pertanyaan dari seluruh variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian. Tampak pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2  
Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
0,863	19

Sumber Data : Output Reliabilty diolah

Hasil pengujian validitas diketahui bahwa seluruh 19 item pertanyaan mempunyai nilai  $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ , dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan yang berjumlah 19 item tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas, merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dari variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut (Santoso, 2009: 214) jika penyebaran data (titik) di sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.
2. Autokorelasi, bertujuan untuk menentukan apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t - 1$  (Ghozali, 2007 : 61).
3. Multikolinieritas, bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Menurut (Santoso, 2009 : 206) deteksi tidak adanya Multikolinieritas adalah:
  - a. Mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10.
  - b. Mempunyai angka tolerance mendekati 1.

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3  
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai Tolerance	Variance Influence Factor	Keterangan
Butki Fisik	0,405	2,470	Bebas Multikolonieritas
Keandalan	0,560	1,785	Bebas Multikolonieritas
Daya Tanggap	0,668	1,497	Bebas Multikolonieritas
Jaminan	0,394	2,541	Bebas Multikolonieritas
Empati	0,861	1,161	Bebas Multikolonieritas

Sumber : Hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari Multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

4. Heteroskedastisitas, pendeteksian adanya heterokedastisitas menurut (Santoso, 2009: 210), jika sebaran titik-titik berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian yaitu dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya secara linier dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$KK = a + b_1BF + b_2KD + b_3DT + b_4JM + b_5ET$$

Tabel 4  
Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Sig.	R
Bukti Fisik	0,133	0,019	0,247
Keandalan	0,151	0,036	0,222
Daya Tanggap	0,156	0,011	0,268
Jaminan	0,139	0,014	0,259
Empati	0,124	0,020	0,245
Konstanta	1,183		
Sig. F	0,000		
R	0,802		
R <sup>2</sup>	0,643		

Sumber Data : Hasil pengolahan SPSS

Dari data tabel di atas persamaan regresi yang didapat adalah:

$$KK = 1,183 + 0,133_{BF} + 0,151_{KD} + 0,156_{DT} + 0,139_{JM} + 0,124_{ET}$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut; 1) nilai konstanta yang didapat sebesar 1,183 menunjukkan bahwa jika variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati = 0, maka kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya akan sebesar 1,183. 2) variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menunjukkan hubungan positif dengan kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya, hal ini menunjukkan semakin baik bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang diberikan maka akan semakin puas konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya.

### Pembahasan

Dalam mengukur kepuasan konsumen terdapat berbagai hal yang harus diperhatikan salah satunya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Keramahan

karyawan dalam melayani konsumen dan penyampaian informasi secara tepat dan jelas sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan.

Dari hasil analisis statistik yang telah dilakukan diatas menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Hasil ini menunjukkan variabel tersebut layak digunakan dalam model penelitian. Kondisi ini juga mengindikasikan bahwa naik turunnya kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya tergantung oleh naik turunnya tingkat kualitas jasa layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Hasil ini didukung dengan perolehan tingkat koefisien korelasi (R) sebesar 80,2%. Kondisi ini menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat.

1. Bukti fisik merupakan suatu service yang bias dilihat, bias dicium dan bisa diraba, maka aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap layanan. Konsumen akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas layanan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik menunjukkan pengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik bukti fisik yang dimiliki oleh PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen yang menggunakan jasa perusahaan tersebut.
2. Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan janjinya mendekati akurat dan terpercaya. Dimensi ini sering dipersepsikan paling penting bagi konsumen dari berbagai industri jasa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel keandalan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Semakin baik kemampuan PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya dalam memberikan jasa pelayanan berupa; kemampuan memberikan pelayanan yang baik dan simpatik, kecepatan dan ketepatan pekerjaan serta kecakapan dalam memberikan penjelasan akan membuat konsumen akan semakin senang.
3. Daya tanggap merupakan kemampuan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi yang jelas dan mudah dipahami serta tanggap terhadap segala keluhan serta keinginan yang diharapkan konsumen. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Hasil ini mencerminkan bahwa semakin baik daya tanggap yang diberikan PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya dalam melayani konsumen seperti kesediaan memecahkan masalah dengan segera, mampu menerima keluhan dan masukan maupun pemberian informasi yang tepat dan jelas akan membuat konsumen senang sehingga kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel jaminan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Jaminan merupakan kemampuan dan pengetahuan para petugas/karyawan untuk menunjukkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Semakin baik kemampuan dan pengetahuan para petugas/karyawan untuk menunjukkan rasa percaya para konsumen kepada PT. Adi

Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya seperti ; karyawan yang dapat dipercaya, karyawan yang memiliki kompetensi dan bersikap profesional maupun kelengkapan peralatan yang dimiliki akan membuat konsumen merasa nyaman dan aman menggunakan jasa pembasmi hama pada perusahaan tersebut sehingga tingkat kepuasan konsumen pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya tersebut akan semakin tinggi.

5. Empati merupakan kepedulian dan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. Hasil pengujian menunjukkan variabel empati berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Hal ini mencerminkan bahwa semakin baik empati yang diberikan oleh PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya dalam melayani konsumen seperti; memberikan perhatian yang penuh kepada konsumen, memahami setiap kebutuhan para konsumen mampu melakukan komunikasi yang efektif akan membuat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa, yang telah penulis lakukan maka simpulan yang dapat diambil adalah; 1) Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. Hasil ini menunjukkan variabel tersebut layak digunakan dalam model penelitian. Kondisi ini juga mengindikasikan bahwa naik turunnya kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya tergantung oleh naik turunnya tingkat kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. 2) Hasil pengujian juga menunjukkan korelasi atau hubungan antara variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya memiliki hubungan yang erat. 3) Hasil pengujian kualitas pelayanan yang terdiri bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati masing-masing juga menunjukkan pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya. 4) Melihat dari hasil koefisien determinasi parsial dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengendalian hama pada PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya adalah daya tanggap, sehingga variabel ini perlu mendapat perhatian.

### Saran

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan maka saran yang diberikan kepada manajemen PT. Adi Raharja Utama (*Shield Pest Control*) di Surabaya adalah sebagai berikut; 1) Hendaknya manajemen mencermati upaya pemenuhan layanan dari segi ketepatan waktu dalam melayani pelanggan untuk dapat mewujudkan mutu layanan yang berkualitas. 2) Segera meningkatkan layanan terutama mengenai

masalah kecepatan penanganan keluhan, misalnya melalui pembagian kuesioner kepada pelanggan agar dapat mengetahui secara pasti kekurangan kekurangan yang dirasakan pelanggan. 3) Meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta mampu mengatasi masalah yang dihadapi konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik. 4) Memberikan pengertian kepada karyawannya dalam berperilaku dan bersikap ramah dalam melayani pelanggan. Hal ini dilakukan agar kepuasan konsumen yang menjadi pelanggannya tetap terjaga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, B.S. dan T.H. Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran; Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Kelima. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Duwi, P. 2009. *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Penerbit Gava Media, Yogyakarta.
- Ghozali, I 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. BP-Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Versi 16.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P dan K. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. PT. Indeks. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, P dan G. Amstrong. 2008. *Principle of Marketing*. Edisi Kedua belas, Inc. PT. Indeks Prentice Hall. Jakarta.
- \_\_\_\_\_, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Kharisma Putra Utama. Jakarta.
- Payne, A. 2012. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedua. Andi and Pearson. Yogyakarta.
- Soeling, P.D. 2007. Pertumbuhan Bisnis dan Tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi* 15(1). Januari.
- Santoso, S. 2009. *Statistik Non Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sunyoto, D. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Cetakan Pertama. Penerbit CAPS. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Manajemen Jasa Mewujudkan layanan Prima*. Edisi Satu. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan C. Gregorius. 2009. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Bayumedia. Malang.
- Wijaya, T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servoqual, QFD dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. PT. Indeks. Jakarta.
- Zeithaml, V.A. and M.J. Bitner. 2009. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 3th ed. McGraw-Hill and Irwin. Boston.