

## **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PEMBIAYAAN YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MITRA USAHA PADA PT ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE Tbk CABANG PURWOKERTO**

**Oleh :  
Wibowo<sup>1</sup>, Suroso<sup>2</sup>, Suliyanto<sup>3</sup>**

*<sup>1</sup>Alumni Program Pascasarjana Universitas Jenderal Soedirman*

*<sup>2</sup>Dosen Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman*

*<sup>3</sup>Dosen Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini berujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih jasa pembiayaan. Alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor, analisis kepausan konsumen dan importance performance analysis. Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan adalah berkisar antara 61,76 persen – 87,15 persen.
3. Atribut yang tergabung dalam variabel reliability berada dalam kuadran A yang berarti atribut tersebut yang belum memenuhi harapan konsumen, sehingga membuat konsumen merasa belum puas.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen**

#### **A. PENDAHULUAN**

Berbagai perusahaan pembiayaan sudah mulai tumbuh dan berkembang lagi dikarenakan adanya kepercayaan dari masyarakat mengenai service yang memadai dan adanya hubungan yang baik dengan dealer-dealer terkemuka mengenai kemudahan prosedur yang diberikan perusahaan financial pada setiap konsumen (baik pihak dealer maupun konsumen pribadi yang memanfaatkan pinjaman dari pihak perusahaan pembiayaan itu sendiri). Penawaran akan kendaraan bermotor dengan menampilkan teknologi maju dan keunggulan mesin serta pengembangan-pengembangan lainnya juga makin kreatif. Ada perusahaan pembiayaan yang memfokuskan pada satu perusahaan atau satu merk pabrik tertentu saja, ada pula perusahaan pembiayaan yang bergerak di semua kendaraan

dan jenis merk baik motor maupun mobil dalam segala jenis.

Dengan meningkatnya kebutuhan akan kendaraan bermotor dan kondisi perekonomian masyarakat yang belum sepenuhnya pulih dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997, maka perusahaan pembiayaan menjadi solusi dalam pemecahan masalah pembiayaan tersebut. Dengan hanya menyerahkan data diri dan segala sesuatu persyaratan yang relatif mudah dipenuhi serta uang muka yang bisa disesuaikan dengan keadaan keuangan nasabah/ konsumen dapat mengajukan kredit kendaraan tanpa harus menyerahkan jaminan. Di antara permasalahan yang biasa dialami oleh perusahaan pembiayaan yaitu macetnya nasabah dalam membayar kredit, integrasi teknologi informasi dan kesiapan sumber daya manusia untuk menjalankan budaya kerja yang efektif dan efisien, khususnya pelayanan nasabah yang selama ini menjadi ujung tombak perusahaan pembiayaan dalam menjaring nasabahnya untuk membiayai kendaraan bermotor.

Pelanggan atau konsumen sebagai pembeli jasa layanan pembiayaan di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk dewasa ini sudah semakin kritis, karena kekuatan membeli yang mereka miliki cukup tinggi. Baik buruk citra sebuah perusahaan di mata para pelanggan tergantung pada pelayanan sehari-hari, yang dapat ditingkatkan melalui : pengembangan dan penciptaan prosedur yang bersahabat, relevan, hemat waktu dan tidak berbelit-belit, penyelesaian masalah secara jitu dan kreatif, serta menghadapi pelanggan secara bijaksana, dalam situasi yang sulit sekalipun (Macaulay dan Cook, 1996 : xi). PT Adira Dinamika Multifinance menyadari hakekat tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan, sehingga apabila perusahaan ingin tetap bertahan maka dituntut untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan perusahaan pesaing.

Pada dasarnya nasabah membutuhkan pelayanan yang mudah, cepat dan murah dalam mendapatkan kredit kendaraannya, oleh karena itu perusahaan pembiayaan harus dapat memenuhi ketiga unsur tersebut disamping tentunya harus menjalin kerja sama yang harmonis dengan pihak dealer kendaraan yang memberikan nasabah yang datang mengunjungi dealer-dealer tersebut.

## **B. METODE PENELITIAN**

### 1. Sasaran Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah mitra usaha PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto.

### 2. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan metode survei tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra usaha pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto.

### 3. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto.

### 4. Sumber data

- a. Data Primer
- b. Data Sekunder

### 5. Metode pengumpulan data

- a. Kuesioner
- b. Observasi

### 6. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mitra usaha pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk akhir tahun 2004. Banyaknya jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan pendapat Slovin (Husein Umar, 1999 : 108) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n = Ukuran sampel  
N = Ukuran populasi  
e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan. Persentase diambil sebesar 10%.

## 7. Definisi Operasional Variabel

a. Kualitas pelayanan merupakan penilaian mitra usaha tentang pelayanan, dimana pengukuran dilakukan dengan menghitung selisih antara persepsi dan harapan mitra usaha. Operasionalisasi pelayanan dalam penelitian ini adalah semua jasa yang diberikan perusahaan kepada mitra usaha, meliputi hal yang nyata dapat dilihat maupun yang hanya dapat dirasakan. Pelayanan dikatakan berkualitas jika pelayanan yang ada di perusahaan sesuai dengan harapan yaitu penilaian mitra usaha tentang pelayanan perusahaan leasing, dimana pengukuran dilakukan dengan membandingkan antara harapan mitra usaha dengan kinerja pelayanan perusahaan. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi pelayanan PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto. Indikator yang digunakan adalah :

- 1) Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen
- 2) Pelayanan dalam melakukan survei
- 3) Ketepatan waktu pelayanan
- 4) Pelayanan tanpa kesalahan
- 5) Ketepatan dalam memberikan informasi
- 6) Kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen
- 7) Kemampuan karyawan membantu kesulitan konsumen
- 8) Kesigapan dalam memberikan pelayanan
- 9) Kemampuan karyawan menjawab setiap pertanyaan
- 10) Kemampuan karyawan menerangkan produk
- 11) Kemudahan dalam melakukan transaksi
- 12) Prosedur pembiayaan cepat
- 13) Kemauan karyawan mendatangi mitra usaha
- 14) Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen
- 15) Kemampuan karyawan menilai kredibilitas konsumen
- 16) Karyawan memberikan informasi terbaru yang dibutuhkan konsumen
- 17) Ruang kantor yang bersih dan nyaman

- 18) Penataan desain interior dan eksterior gedung kantor
  - 19) Penampilan dan kerapian karyawan
  - 20) Formulir yang disediakan mempermudah konsumen dalam melakukan pengisian
- b. Kepuasan adalah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan. Variabel yang berkaitan dengan kepuasan adalah: kesesuaian kinerja dan harapan, perasaan puas atas keseluruhan jasa yang dialami dan keinginan menggunakan jasa tersebut secara terus menerus. Operasionalisasi kepuasan dalam penelitian ini adalah ungkapan perasaan nasabah atas pelayanan yang diterima dari PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto. Dalam penilaian kepuasan konsumen ini dilakukan dengan cara membandingkan kinerja dan harapan, perasaan puas atas keseluruhan jasa yang dialami dan keinginan menggunakan terus jasa tersebut.

### C. METODE ANALISIS

#### 1. Pengukuran Variabel

Kuesioner yang dipakai menggunakan format skala Likert yang dirancang untuk memungkinkan mitra usaha menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap soal.

#### 2. Analisis Faktor

##### a. Analisis Faktor

Untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan menentukan kepuasan mitra usaha PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto digunakan rumus sebagai berikut (Maholtra, 1991 ; 620)

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Keterangan :

$X_i$  = Variabel standar ke i

$A_{ij}$  = Faktor loading atau koefisien multiple regression dari variabel i pada faktor j

F = Faktor umum

$V_i$  = Koefisien standar regresi dari variabel  $i$  pada faktor khusus (unigue) I

$U_i$  = Faktor khusus dari variabel I

M = Jumlah dari faktor-faktor umum

### 3. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan digunakan rumus sebagai berikut : (Supranto, 2001 : 241)

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Keterangan :

$T_{ki}$  = Tingkat kepuasan pelanggan

$X_i$  = Penilaian kinerja

$Y_i$  = Penilaian harapan

Hipotesis kedua diterima jika tingkat kepuasan pelanggan = 1

Hipotesis kedua diterima jika tingkat kepuasan pelanggan  $\neq$  1

### 4. Analisis Kepentingan – Kinerja (*Importance Performance Analysis*)

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua variabel) yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen, dan Y merupakan tingkat kepentingan atau harapan atribut berdasarkan persepsi konsumen. Selanjutnya sumbu X akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu Y akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dengan rumus sebagai berikut (Supranto, 2001; 242):

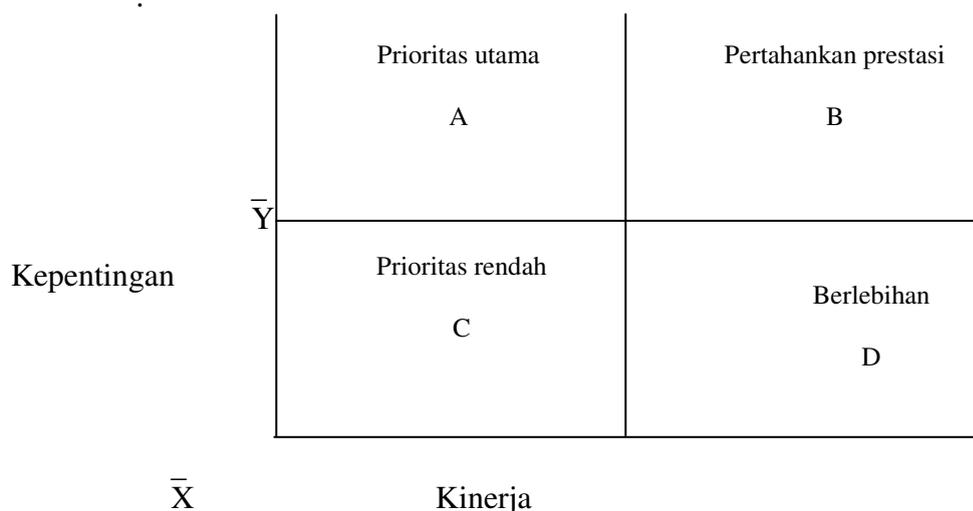
$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = skor rata-rata pelaksanaan/kepuasan;

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata kepentingan

n = Jumlah responden



Gambar 1. Matrik *importance performance analysis*

Keterangan :

A = Menunjukkan faktor pelayanan atau atribut yang dianggap penting bagi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga masih mengecewakan / tidak puas.

B = Menunjukkan faktor pelayanan jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

C = Menunjukkan beberapa faktor pelayanan yang kurang penting bagi konsumen pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan tidak memuaskan.

D = Menunjukkan faktor yang kurang penting bagi konsumen akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil analisis faktor

##### **1 Faktor 1 (*Reliability*)**

Salah satu dimensi *service quality* adalah *reliability*. Dalam penelitian ini *reliability* masuk dalam faktor pertama yang menentukan kepuasan mitra usaha. Hal ini ditunjukkan dengan masuknya indikator pelayanan tanpa kesalahan (*factor loading*=0,8331), karyawan bertindak cepat melayani mitra usaha (*factor loading*=0,8038), pelayanan survei tidak berbelit-belit (*factor loading*=0,7757), dan pelayanan tepat waktu (*factor loading*=0,7142). Dari perhitungan dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 3,81 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 19,07 persen.

*Factor loading* dari lima indikator kualitas pelayanan ini mempunyai nilai terkecil sebesar 0,7142 dan nilai tertinggi sebesar 0,8331. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara lima indikator ini dengan Faktor 1 mempunyai rentang interval antara 0,7142 sampai dengan 0,8331. Faktor-faktor tersebut merupakan kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan mitra usaha di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto.

##### **2 Faktor 2 (*responsiveness*)**

Dimensi kualitas pelayanan yang masuk dalam faktor kedua yang menentukan kepuasan mitra usaha PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto adalah *responsiveness*. Dari perhitungan dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 2,85 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 14,23 persen. Indikator kualitas pelayanan yang termasuk dalam faktor dua adalah kemampuan karyawan menjawab pertanyaan (*factor loading* = 0,7986), kemampuan menerangkan produk (*factor loading* = 0,7888), kemudahan dalam melakukan transaksi (*factor loading* = 0,7622) dan prosedur pembiayaan cepat (*factor loading* = 0,6169).

*Factor loading* dari yang ada pada faktor dua mempunyai nilai terkecil sebesar 0,6169 dan nilai tertinggi sebesar 0,7986. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara dua indikator ini dengan Faktor 2 mempunyai rentang interval antara 0,6169 dan 0,7986. Faktor-faktor tersebut merupakan kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan mitra usaha di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto.

### 3 Faktor 3 (*Empathy*)

*Empathy* menjadi faktor ketiga yang menentukan kepuasan mitra usaha PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto. Dari perhitungan dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 2,54 dan mampu menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan mitra usaha sebesar 12,71 persen. Indikator kualitas pelayanan yang termasuk dalam faktor ini adalah: kemauan karyawan mendatangi mitra usaha (*factor loading* = 0,7964), kesigapan dalam memberikan pelayanan (*factor loading* = 0,7931), kemampuan karyawan berkomunikasi (*factor loading* = 0,7026) dan karyawan memberikan informasi terbaru (*factor loading* = 0,5299).

*Factor loading* dari empat indikator ini mempunyai nilai terkecil sebesar 0,5299 dan nilai tertinggi sebesar 0,7964. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara empat indikator ini dengan Faktor 3 mempunyai rentang interval antara 0,5299 dan 0,7964. Faktor-faktor tersebut merupakan kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan mitra usaha di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto.

### 44 Faktor 4 (*Assurance*)

Faktor *assurance* merupakan faktor yang menentukan kepuasan mitra usaha PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto. Dari perhitungan dapat dilihat variabel ini memiliki *eigen value* sebesar 1,78 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 8,90 persen. Indikator kualitas pelayanan yang termasuk dalam faktor ini adalah: kemampuan karyawan membantu kesulitan karyawan (*factor loading* = 0,7354), kecepatan menanggapi keluhan mitra usaha (*factor loading* = 0,7333), ketepatan

informasi (*factor loading* = 0,6466), dan kemampuan karyawan menilai kredibilitas mitra usaha (*factor loading* = 0,5299).

*Factor loading* dari empat indikator ini mempunyai nilai terkecil sebesar 0,5299 dan nilai tertinggi sebesar 0,7354. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara empat indikator ini dengan Faktor 4 mempunyai rentang interval antara 0,5299 dan 0,7354. Faktor-faktor tersebut merupakan kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan mitra usaha di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto.

#### 5 Faktor 5 (*Tangible*)

*Tangible* menjadi dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan mitra usaha. Dari perhitungan dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 1,42 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 7,09 persen. Atribut pelayanan yang termasuk dalam variabel ini adalah: penataan desain interior dan eksterior (*factor loading* = 0,7582) dan ruang kantor bersih dan nyaman (*factor loading* = 0,7408).

*Factor loading* dari dua indikator ini mempunyai nilai terkecil sebesar 0,7408 dan nilai tertinggi sebesar 0,7582. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara dua indikator ini dengan Faktor 5 mempunyai rentang interval antara 0,7408 dan 0,7582. Faktor-faktor tersebut merupakan kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan mitra usaha di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto Purwokerto.

#### 6 Faktor 6 (Penampilan karyawan)

Dari hasil perhitungan dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 1,07 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 5,36 persen. Faktor kualitas pelayanan yang termasuk dalam faktor ini adalah: penampilan dan kerapian karyawan (*factor loading* = 0,8693); dan formulir yang disediakan mempermudah mitra usaha (*factor loading* = 0,7661).

*Factor loading* dari tiga indikator ini mempunyai nilai terkecil sebesar 0,7661 dan nilai tertinggi sebesar 0,8693. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara dua indikator ini dengan Faktor 6 mempunyai rentang interval antara 0,7661 dan 0,8693. Faktor-faktor tersebut merupakan kualitas

pelayanan yang menentukan kepuasan mitra usaha di PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto Purwokerto.

#### 7. Tingkat Kepuasan Mitra Usaha

Berdasarkan analisis tingkat kepuasan dapat diketahui nilai tingkat kepuasan mitra usaha terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto adalah berkisar antara 0,62 sampai dengan 0,87 dengan rata-rata tingkat kepuasan sebesar 0,75. Hal ini menunjukkan kinerja pelayanan yang dilakukan oleh PT Adira Dinamika Multi Finance Cabang Purwokerto tahun 2005 belum sesuai dengan harapan mitra usaha, atau dapat juga diartikan mitra usaha belum merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh PT Adira Dinamika Multi Finance Cabang Purwokerto tahun 2005.

#### Analisis Importance Performance Analysis

Tabel 1. Hasil perhitungan *performance importance analysis*

No	Atribut pelayanan	Rata <sup>2</sup>
1	Kecepatan karyawan dalam melayani mitra usaha	A
2	Pelayanan yang tidak berbelit-belit	A
3	Kecepatan karyawan waktu melayani mitra usaha	A
4	Reputasi (nama baik) perusahaan sehingga dapat dipercaya	A
5	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan mitra usaha	D
6	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan mitra usaha	A
7	Kemampuan karyawan membantu kesulitan yang dihadapi mitra usaha	B
8	Kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada mitra usaha	D
9	Kemampuan karyawan menjawab pertanyaan mitra usaha	B
10	Kemampuan karyawan menerangkan produk yang ditawarkan	C
11	Kemudahan dalam melakukan transaksi	B
12	Prosedur pembiayaan yang cepat dan aman	B
13	Kemauan karyawan mendatangi rumah mitra usaha	C
14	Kecepatan proses jasa pembiayaan	D
15	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan mitra usaha	C
16	Kemampuan karyawan menilai kredibilitas mitra usaha	B
17	Ruang kantor yang bersih dan nyaman	C
18	Penataan desain interior dan eksterior gedung kantor	C
19	Penampilan dan kerapian karyawan	D
20	Sikap karyawan dalam melayani mitra usaha	D

## E. Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh beberapa faktor yang menentukan kepuasan mitra usaha PT Adira Dinamika Multifinance, yaitu terdiri atas faktor *reliability*, *responsiveness*, *empaty*, *assurance*, *tangible* dan penampilan karyawan. Hasil penelitian ini terdapat kesamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Hasil penelitian ini mirip dengan hasil penelitian yang dilakukan Parasuraman et.al (1988), yaitu sama-sama menghasilkan faktor kualitas pelayanan yang terdiri atas *reliability*, *responsiveness*, *empaty*, *assurance*, dan *tangible*, sedangkan perbedaannya adalah adanya faktor keenam yaitu penampilan karyawan. Hasil penelitian ini juga memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Darwini (1999) dan Lily Hendrasti Novadjaja (1998), yaitu sama –sama menghasilkan faktor kualitas pelayanan yang terdiri atas *tangible* dan *responsiveness*, perbedaannya adalah dalam penelitian terdahulu tidak menghasilkan faktor kualitas pelayanan *reliability*, *responsiveness*, *empaty*, dan *assurance*.

Dengan diperoleh faktor *reliability*, *responsiveness*, *empaty*, *assurance*, *tangible*, dan penampilan karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam bermitra dengan PT Adira Dinamika Multifinance, konsumen sebagai mitra usaha membutuhkan adanya pelayanan yang mampu memuaskan mitra usaha, yaitu pelayanan yang meliputi faktor *reliability*, *responsiveness*, *empaty*, *assurance*, *tangible*, dan penampilan karyawan. Dengan adanya faktor pelayanan tersebut maka konsumen akan merasa puas dan percaya dengan PT Adira Dinamika Multifinance dalam pembiayaan semua kebutuhan konsumen, terutama kebutuhan pembiayaan kepemilikan sepeda motor, mobil dan aktiva lainnya.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Adira Dinamika Multifinance belum memuaskan mitra usaha, artinya belum semua harapan mitra usaha dapat dipenuhi oleh perusahaan. Atribut-atribut tersebut antara lain adalah atribut yang masuk dalam kuadran A dalam *importance performance analysis*,

yaitu karyawan selalu bertindak cepat dalam melayani konsumen, pelayanan dalam melakukan survei dilakukan sesuai dengan prosedur dan tidak berbelit-belit, perusahaan melayani konsumen secara tepat waktu, perusahaan memberikan pelayanan tanpa kesalahan dan kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen. Atribut-atribut yang tergabung dalam kuadran A tersebut merupakan atribut yang belum memenuhi harapan mitra usaha, sehingga perlu ada peningkatan kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan mitra usaha.

## F. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mitra usaha pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis faktor dari 20 indikator kualitas pelayanan mengelompok dalam enam faktor kualitas pelayanan yang mampu menjelaskan kepuasan mitra usaha sebesar 67,35 persen. Faktor tersebut adalah *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, *tangible* dan penampilan karyawan.
2. Berdasarkan perhitungan tingkat kepuasan, diketahui nilai tingkat kepuasan mitra usaha terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto adalah berkisar antara 61,76 persen – 87,15 persen, yang berarti mitra usaha pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
3. Berdasarkan perhitungan *importance performance analysis* dapat diketahui bahwa terdapat atribut yang belum memenuhi harapan mitra usaha PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto, sehingga membuat mitra usaha merasa belum puas. Hal ini ditunjukkan oleh adanya atribut dalam kuadran A, yaitu kuadran yang menunjukkan kinerja pelayanan PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto belum sesuai dengan harapan mitra usaha.

## Saran

1. Untuk meningkatkan kepuasan mitra usaha maka perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang menentukan kepuasan mitra usaha dalam melakukan transaksi dengan PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto. Faktor penentu yang dapat ditingkatkan kualitasnya adalah reliability, responsiveness, empathy, assurance, tangible dan penampilan karyawan.
2. Untuk meningkatkan kepuasan mitra usaha, pihak manajemen PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto harus senantiasa memenuhi harapan mitra usaha. Selain itu hendaknya manajemen PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto meningkatkan kualitas pelayanan selama ini agar kepuasan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh para mitra usahanya.
3. Kepuasan mitra usaha dapat lebih dioptimalkan apabila manajemen PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk Cabang Purwokerto mampu mempertahankan atau bahkan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang tergabung kuadran A, yaitu karyawan selalu bertindak cepat dalam melayani konsumen, pelayanan dalam melakukan survei dilakukan sesuai dengan prosedur dan tidak berbelit-belit, perusahaan melayani konsumen secara tepat waktu, perusahaan memberikan pelayanan tanpa kesalahan dan kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 2000. *Validitas dan Reliabilitas*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Kotler, P. and Gary Armstrong, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I*, Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, P. 1997, a. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Jilid I. Edisi Bahasa Indonesia*. Prenhallindo, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 1997, b. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia*. Prenhallindo, Jakarta.

- Lily Hendrasti Novadjaja, 1998, *Analisa Faktor Yang Dipertimbangkan Nasabah Dalam mempersepsikan Mutu Pelayanan (Studi Kasus pada Nasabah Perusahaan Asuransi Jiwa di Kodya Malang)*, Publikasi Ilmiah, Manajemen, Pasca Sarjana, Universitas Brawijaya, Malang
- Macaulay, Steve dan Sarah Cook. 1996. *Kiat Meningkatkan Pelayanan Bagi Pelanggan (How to Improve Your Customer Service)*. Gramedia, Jakarta.
- Malhotra, K Naresh, 1991. *Marketing Research, An Applied Orientation*, Prentice Hall International Editions, London.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, 1988, *Servqual : A Multiple Item Scale For Measuring konsumen Perception of service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64. (1) P. 12 – 40.
- Sri Darwini, 1999, *Analisis Kualitas Pelayanan PDAM Kotamadya Mataram Nusa Tenggara Barat*, Publikasi Ilmiah, Manajemen, Pasca sarjana, Universitas Brawijaya, Malang.
- Tjiptono, F. 1998, a. *Manajemen Jasa*, Cetakan Kedua, Edisi Pertama, Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 1999, b. *Strategi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2000, c. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Cetakan Pertama, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Zeithaml, Parasuraman, A., Valarie A, and Leonard L. Berry , 1996, *The Behavior Consequences Of Service Quality*, Journal of Marketing, Vol. 60, P. 31 - 36.