

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA WARNET NADIPUTRA DI DENPASAR

Kadek Adi Saputra Yasa¹
I Gusti Agung Ketut Sri Ardani²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
e-mail: adie_saputra66@yahoo.com/telp:+62 85 73 76 36 832

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Pada era saat ini informasi sangat dibutuhkan oleh berbagai kalangan. Ciri utama yang menandakan dimulainya era informasi adalah internet. Jasa Warnet NadiPutra sebagai salah satu usaha jasa pelayanan internet di Kota Denpasar Barat, dan usaha jasa Warnet NadiPutra tidak luput dari persaingan dari usaha jasa internet lainnya yang ada di Kota Denpasar Barat khususnya. Variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Jumlah sampel yang digunakan berdasarkan teknik *purposive sampling* adalah 105 responden. Hasil analisis data dengan teknik analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Jasa Warnet NadiPutra di Denpasar Barat. 2) Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Jasa Warnet NadiPutra di Denpasar Barat.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan konsumen*

ABSTRACT

In an era when this information is needed by various parties. The main characteristic that marks the beginning of the information age is the internet. Figuring NadiPutra services as one of the business internet services in West Denpasar, and business services figuring NadiPutra not escape from competition from other Internet service business in the city of Denpasar West in particular. The variables studied were the quality of service to customer satisfaction. The number of samples used by purposive sampling technique was 105 respondents. The results of the analysis of data with multiple linear regression analysis techniques show that: 1) Quality of service consisting of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously positive and significant effect on customer satisfaction figuring NadiPutra Services in West Denpasar. 2) Quality of service consisting of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy partially positive and significant effect on customer satisfaction figuring NadiPutra Services in West Denpasar.

Keywords: *quality of service, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin pesat membawa arus perubahan, salah satunya perubahan pada pola pikir manusia akan pentingnya sebuah informasi. Pada era saat ini informasi sangat dibutuhkan oleh kalangan masyarakat. Saat ini, dunia telah mengenal suatu teknologi yang dinamakan internet. Melalui internet, seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang berada di berbagai belahan dunia. Melalui media ini pula mereka dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan dan dimana saja (Rosin, 2012). Hal ini mendasari sebuah peluang bisnis dalam jasa penyediaan informasi, dimana pebisnis mengambil keuntungan dari dunia maya tersebut dengan menyediakan layanan internet atau yang lebih dikenal dengan warnet (Sinaga, 2010).

Menurut Gaganet (2010), Warnet adalah salah satu bentuk usaha yang dikelola oleh kelompok atau individu yang memberikan pelayanan dalam bentuk jasa internet oleh penggunanya. Biasanya pengguna dikenakan biaya per jam atau lebih, sesuai lama penggunaannya. Menurut Zeithaml *et al.* (2003), mengemukakan bahwa Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya. Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh

konsumen tidaklah mudah (Munawaroh, 2005:120). Penelitian dari Rizan (2011), bahwa kualitas pelayanan sangat penting dipertahankan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Nilai yang dirasakan dari produk dan kualitas layanan mempengaruhi penilaian pelanggan tentang kepuasannya atau loyalitas dengan produk atau layanan. Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kelangsungan perusahaan dan untuk pertumbuhan di masa depan yang kuat (Sheu and Mei, 2005).

Konsumen akan merasa puas dengan adanya jaminan/kepuasan bahwa layanan yang mereka terima benar dan dilakukan oleh sumber daya manusia yang berkompeten di bidangnya (Syamsi, 2008:20). Menurut Zikmund *et al.* (dalam Asep, 2003), kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Menurut Fornell (dalam Aryani, 2010), kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas

iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Dalam menentukan kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya (Lupiyadi, 2006).

Menurut Fornell *et al.* (dalam Sheu and Mei, 2005) kepuasan dan kualitas pelayanan berkaitan erat dengan pangsa pasar. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah konsep yang sangat penting bahwa perusahaan harus memahami jika mereka ingin tetap kompetitif dan tumbuh. Dalam lingkungan yang kompetitif saat ini memberikan layanan berkualitas tinggi adalah kunci untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kepuasan pelanggan memang memiliki efek positif pada profitabilitas organisasi. Kepuasan pelanggan membentuk dasar dari setiap bisnis yang sukses sebagai kepuasan pelanggan mengarah untuk mengulang pembelian, loyalitas merek, dan kata positif dari mulut ke mulut (Biljana dan Yusuf, 2011:232). Hal ini juga dialami oleh Warnet NadiPutra. NadiPutra merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Jasa. NadiPutra berkomitmen dan fokus dengan selalu membuat para pelanggan merasa terpuaskan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Warnet NadiPutra, sehingga akan menarik sekali untuk melihat bagaimana Warnet NadiPutra memberikan Pelayanan Jasanya kepada konsumen dan mempertahankan pelanggan dengan mengkaji pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Warnet NadiPutra yang beralamat di Jalan Gunung Andakasa No: 8 Denpasar Barat menjadi lokasi penelitian dan objek pada penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Warnet NadiPutra. Dengan 105 orang pelanggan sebagai sampel penelitian.

Tabel 1
Identifikasi Variabel Penelitian

Klasifikasi	Dimensi	Indikator
Variabel Bebas	Bukti Fisik (X_1) <i>Zeithaml et al.</i> (dalam Griselda dan Panjaitan, 2007)	a. Bangunan dan interior yang bagus dan menarik b. Kebersihan di Warnet NadiPutra c. Kenyamanan di Warnet NadiPutra d. Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan Warnet NadiPutra e. Kebersihan dan kerapian karyawan Warnet NadiPutra
	Keandalan (X_2) <i>Zeithaml et al.</i> (dalam Griselda dan Panjaitan, 2007), Estie (2006) dan Husnul (2010)	a. Memberikan pelayanan yang terbaik b. Jujur dalam pelayanan c. Berusaha menghindari kesalahan
	Daya Tanggap (X_3) <i>Zeithaml et al.</i> (dalam Griselda dan Panjaitan, 2007), Assegaff (2009) dan Husnul (2010)	a. Siap membantu pelanggan b. Kecepatan dalam pelayanan c. Komunikasi yang lancar
	Jaminan (X_4) <i>Zeithaml et al.</i> (dalam Griselda dan Panjaitan, 2007), Assegaff (2009) dan Husnul (2010)	a. Pelayanan sopan b. Trampil dalam melaksanakan tugas c. Pengetahuan memadai
	Empati (X_5) <i>Zeithaml et al.</i> (dalam Griselda dan Panjaitan, 2007), Estie (2006) dan Husnul (2010)	a. Perhatian kepada pelanggan b. Tanggungjawab keamanan Warnet NadiPutra c. Mengutamakan kepentingan pelanggan

Variabel Terikat	Kepuasan konsumen (Y) Angelova (2011)	a. Kenyamanan yang dirasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan b. Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan c. Minat untuk selalu menggunakan jasa d. Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.
------------------	--	---

Sumber: Data Diolah

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian asumsi klasik, dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini telah terbebas dari masalah asumsi klasik.

Tabel 2
Rangkuman Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Heteroskedastisitas	Multikolinearitas	
			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Bukti fisik	0,876	0,062	0,951	1,051
Keandalan		0,530	0,903	1,107
Daya tanggap		0,309	0,853	1,172
Jaminan		0,843	0,854	1,171
Empati		0,763	0,961	1,041

Sumber: Data Primer Diolah

Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal ($0,876 > 0,05$), hasil uji multikolinearitas menunjukkan data terbebas dari masalah multikolinearitas, karena keseluruhan variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , serta hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa

nilai sig. keseluruhan variabel > 0,05 yang berarti terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Warnet NadiPutra.

Tabel 3
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Nama Variabel	Koef. Regresi	Std. Coefficients Beta	Sig. t
Bukti fisik	0,135	0,153	0,046
Keandalan	0,228	0,173	0,028
Daya tanggap	0,257	0,205	0,011
Jaminan	0,329	0,257	0,002
Empati	0,448	0,377	0,000
Konstanta = -2,086 F sig = 0,000 R square = 0,463	Pers. Regresi: $Y = -2,086 + 0,135 (X_1) + 0,228 (X_2) + 0,257 (X_3) + 0,329 (X_4) + 0,448 (X_5) + e$		

Sumber: Output SPSS

Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Warnet NadiPutra Di Denpasar Barat

Hasil uji F menunjukan bahwa dimensi kualitas layanan yang terdiri dari variabel bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen, ini berarti secara serempak dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan

konsumen pada Jasa Warnet NadiPutra di Denpasar Barat. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sulistiono (2010) yang menunjukkan seluruh dimensi kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan hotel. Penelitian Hasan (2006), Rizan dan Andika (2011), serta Istianto dan Tyra (2012) menunjukkan bahwa secara silmutan kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Warnet NadiPutra Di Denpasar Barat

Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen yang berarti semakin baik bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati yang ditawarkan Warnet NadiPutra di Denpasar Barat, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang berkunjung dan menggunakan jasa Warnet NadiPutra di Denpasar Barat. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Atika *et al.* (2013), yang dilakukan pada pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar. Penelitian Estie

(2006) dan Kurniawan (2012) juga menunjukkan hasil yang sejalan bahwa secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka simpulan yang diperoleh adalah bahwa dimensi Kualitas Layanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) secara serempak dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga dimensi kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang berkunjung dan menggunakan jasa Warnet NadiPutra di Denpasar Barat.

Saran

Berdasarkan simpulan tersebut maka dapat diajukan saran, yakni: Variabel bukti fisik sebaiknya mendapat perhatian lebih, karena terbukti dari hasil uji statistik (nilai *standardized coefficients beta*) variabel bukti fisik memperoleh hasil paling rendah (0,153) dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan penataan interior warnet agar lebih menarik, menjaga kebersihan serta kenyamanan ruangan warnet.

Dalam penelitian ini kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor - faktor lain selain kualitas pelayanan sebesar 53,7 persen, maka pihak perusahaan agar tetap memperhatikan faktor-faktor lain seperti faktor produk, promosi, dan harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Atika Paramitha, Rahyuda, Suasana. 2013. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indobesia di Denpasar”. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*, 7 (1): pp: 19-28.
- Aryani, Dwi., Rosinta, Febrina. 2010. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17 (2): pp : 114-126.
- Asep M.Ramdan. 2008. “Hubungan Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen”. (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>).
- Assauri, Sofjan. 2003. “Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction”. *Usahawan*, (1): pp: 25-30.
- Assegaff, Mohammad. 2009. ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT.Garuda Di Kota Semarang)”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10 (2): pp: 171 – 186.
- Brady MK, JJ Cronin & RR Brand 2002. Performance-only Measurement of Service Quality: A Replication and Extension. *Journal of Business Research*, 55 (1): pp: 17-31.
- Bebco CP 2000. Service Intangibility and its Impact on Customer Expectations of Service Quality. *Journal of Services Marketing*, 14 (1): pp: 9-26.
- Czepiel, J.A.1980. Managing Customer Satisfaction in Consumer Service Businesses, Report No. 80109. Cambridge, MA. *Marketing Science Institute*.
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36 (8): pp: 811–828.
- Estie Kusuma. 2006. “Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan (Studi Kasus Pada Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Semarang-Jakarta)”. *Jurnal Study Manajemen & Organisasi*, 3 (1): pp: 40-63
- Gaganet. 2010. “Pengertian Warnet”. (<http://gaganet01.blogspot.com>).
- Griselda, Gretel dan Panjaitan, Tagor Muda. 2007. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua”. *DeRema Jurnal Manajemen*, 2 (1): pp: 39-63.

- Gocek, Ikilem, Senem Kursun, dan Yesim Iridag Beceren. 2007. "The Perception Of Customer Satisfaction in Textile Industry According to Genders in Turkey". *International Journal of Social and Human Sciences*, 1 pp: 149-153.
- Govender, Qi pan. 2011. "Enhancement of Service Quality in the Intercity Bus Transport Industry". *European Journal of Marketing*, pp: 181-202.
- Gronroos, Christian. 1978. "A Service-Oriented Approach to Marketing of Services". *European Journal of Marketing*, 12 (8): pp: 588-601.
- Hasan. 2006. "Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1 (1): pp: 1 – 14.
- Hidayati, Ernayati. 2010. "Analisi Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, (2) 2: pp: 81-90
- Husnul Khatimah. 2010. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah". *Jurnal Ekonomi & Pendidikan* (2): pp: 2-25.
- Istianto, Jhon Hendra dan Maria Josephitic Tyra. 2013. " Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Kerry Resto". *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akutansi*, 1 (3): pp: 275-293
- Jo Mary, William, A. Army, A.Valarie. 1997. "Customer contributions and roles in service delivery". *International Journal of Service Industry Management* 8 (3): pp: 193-205.
- Kurniawan, Adi. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Express Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cukir". *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1 (1): pp:2-16
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Dua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawaroh. Munjiati. 2005. Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Industri Pendidikan Di Yogyakarta. *Jurnal Siasat Bisnis On Marketing*, 2 (6): pp: 119-134.
- Pried & Ferrell. 2010. Persepsi dan Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa. *European Journal of Marketing*, 30 (8): pp: 811–828.

- Rangkuti, F. 2003. *Measuring customer satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, Mohhamad dan Fajar Andika. 2011. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki Dealer Fatmawati Jakarta Selatan)”. *Jurnal Mahasiswa Q-MAN*, 1 (3): pp: 28-43.
- Rosin, Aprih Santoso. 2012. “Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan PELanggan Pengguna Jasa Internet dan Game”. *Jurnal Mahasiswa Q-MAN*, 1 (3): pp: 28-43.
- Samuel, Hanate dan Foedjiawati. 2005. “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merk (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)”. *Jurnal Manajemen & Kwirausahaan*, 7 (1): pp: 74-82.
- Sheu, Mei. 2005. “Service Quality and Customer Satisfaction Antecedents Of Customer’s Re-Patronage Intentions”. *European Journal of Marketing*, 36 (8): pp: 811–828.
- Sinaga, Partua Pramana Hamonangan. 2010. “ Analisis pengaruh kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, dan lokasi Terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Warnet chamber semarang)”. Skripsi (tidak diterbitkan). Jurusan Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang.
- Sulistiono, Ari Budi. 2010. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Srandol Indah Semarang)”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Syamsi. 2008. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandarlampung”. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 5 (1).
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. 2003. *Service Marketing-Integrating Customer Focus AcrossThe Firm*”. 3rd Edition. New York: McGraw Hill.