

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN WORD OF MOUTH PENGHUNI PERUMAHAN KARYAWAN (STUDI KASUS PADA DEPARTEMEN GFS PT. VALE INDONESIA)

EFFECT OF SERVICE QUALITY ON SATISFACTION AND WORD OF MOUTH HOUSING EMPLOYEES (CASE STUDY ON GFS DEPARTMENT AT PT VALE INDONESIA)

¹Topan Prasetyo, ²Dian A.S. Parawansa, ³Andi Nur Baumassepe

¹PT Vale Indonesia (Topan.Prasetyo@Vale.com)

²Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (dian_asparawansa@yahoo.co.id)

³Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin (massepe@gmail.com)

ABSTRAK

PT. VALE Indonesia memiliki banyak karyawan yang berada di wilayah operasinya, kurang lebih 3000 karyawan permanen yang di miliki oleh PT VALE Indonesia saat ini. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan word of mouth penghuni perumahan karyawan PT. VALE Indonesia dalam rangka merancang strategi peningkatan kepuasan penghuni perumahan yang merupakan karyawan perusahaan yang terkait erat dengan strategi perusahaan dalam jangka panjang nya. Metode penelitian ini menggunakan format deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (WOM), kepuasan penghuni perumahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap wom penghuni perumahan PT Vale Indonesia. Sedangkan Kualitas pelayanan dan kepuasan penghuni berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap WOM penghuni perumahan PT Vale Indonesia secara bersama-sama.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, kepuasan, *Word Of Mouth*

ABSTRACT

PT. VALE Indonesia has many employees in its area of operation, approximately 3000 permanent employees owned by PT VALE Indonesia at this time. This study aims to determine the effect of service quality on satisfaction and the word of mouth resident housing employees of PT. VALE Indonesia in order to design a strategy to increase the satisfaction of residential residents who are company employees who are closely related to the company's strategy in the long term. This research method using descriptive format is a method in researching the status of a group of people, an object, a set of conditions, a system of thought, or a class of events in the present. The result of this research indicate that service quality have positive and significant influence to satisfaction, service quality have positive and significant influence to word of mouth (WOM), satisfaction of housing resident positively and significantly influences to residential resident of

PT Vale Indonesia. While the quality of service and satisfaction of occupants positively and significantly affect the WOM housing residents of PT Vale Indonesia together.

Keywords: *Quality of service, satisfaction, Word Of Mouth.*

PENDAHULUAN

PT. VALE Indonesia memiliki banyak karyawan yang berada di wilayah operasinya, kurang lebih 3000 karyawan permanen yang di miliki oleh PT VALE Indonesia saat ini, dimana karyawan tersebut berasal dari berbagai daerah di Indonesia dan juga ada berasal dari luar Indonesia, untuk itu PT. VALE Indonesia menyiapkan perumahan dengan beberapa fasilitas di dalam nya yang tertuang dalam perjanjian kerja bersama antara perusahaan dengan karyawan

Komitmen perusahaan dalam penyediaan perumahan ini yaitu memberikan pelayanan jasa untuk perbaikan maupun perawatan rumah tersebut, termasuk perbaikan dan perawatan untuk aset yang ada di dalam rumah. Bentuk pelayanan yang di berikan oleh perusahaan sesuai aturan dari departemen *Human Resources* mengenai tanggung jawab dan komitmen saat perusahaan mengalokasikan rumah kepada karyawan adalah memastikan perawatan berkala untuk alat-alat yang ada di dalam rumah dan juga melakukan kewajiban perbaikan ketika kerusakan yang terjadi di rumah karyawan.

Pelanggan menurut Nasution (2004) adalah seorang yang membeli suatu produk tertentu baik berupa barang atau jasa. Karyawan yang merupakan penghuni perumahan dapat di kategorikan sebagai pelanggan internal dari departemen GFS, yang mana tingkat kepuasannya dapat mempengaruhi banyak hal terhadap perusahaan (Rudy surya,2016)

Permintaan perbaikan rumah karyawan di PT. VALE Indonesia setiap tahun nya sangat tinggi, dimana kepuasan penghuni perumahan terhadap kualitas layanan GFS sudah tentu akan mempengaruhi tingkat kepuasan karyawan terhadap perusahaan yang mana hal ini merupakan suatu hal yang kritis dan harus di sikapi dengan serius karena bisa berdampak kepada produktivitas karyawan bahkan menyebabkan naiknya *turnover* karyawan.

Kepuasan penghuni perumahan yang merupakan karyawan perusahaan merupakan bentuk hubungan yang baik antara perusahaan dengan karyawan. Penghuni perumahan yang mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapannya, cenderung akan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan. Lebih jauh lagi, akan dapat meningkatkan citra perusahaan karena dapat memberikan *word of mouth* (WOM) kepada sesama penghuni perumahan maupun kepada orang di luar perumahan karyawan ini.

Berdasarkan penelitian Setyawati (2009) dan Sinaga (2011) telah menunjukkan bahwa WOM sangat dipengaruhi signifikan oleh tingkat kualitas layanan yang di terima. Begitupun penelitian yang dilakukan oleh Ardani (2011), Setyawati (2009), Rahmawati (2014), dan Shafiq (2013) menemukan jika kepuasan pelanggan dari pelayanan yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap WOM. Dari semua penelitian tersebut dapat di lihat bahwa baik kualitas maupun kepuasan pelanggan dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap WOM.

Penelitian dalam penerapan SERVQUAL pernah di lakukan oleh Chaniotakis dan Lympelopoulus (2008) dengan mengacu pada studi yang dilakukan oleh Parasuraman dkk mengenai kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini di ketahui bahwa dimensi kualitas layanan secara langsung dapat mempengaruhi WOM, dimana disamping kepuasan dimensi empati merupakan salah satunya dimana dimensi tanggapan, jaminan dan penampilan memiliki pengaruh walaupun tidak langsung terhadap WOM melalui kepuasan.

Masalah utama yang sering di hadapi perusahaan yang berlokasi di daerah terpencil adalah apabila karyawan maupun keluarga karyawan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan di lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, PT. VALE Indonesia dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan karyawan dan keluarganya dengan meningkatkan kualitas pelayanan perbaikan maupun perawatan perumahan agar kepuasan karyawan nya meningkat. Dan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, karyawan merasa puas dan akan melakukan WOM terhadap pemeliharaan rumah karyawan yang mereka dapatkan kepada keluarga, teman ataupun asosiasinya.

Lebih lanjut, penelitian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan pengaruh nya terhadap kepuasan pelanggand dan *WOM* belum pernah di lakukan untuk fasilitas perumahan karyawan. Penelitian ini akan menjadi hal yang baru dalam membuktikan bahwa teori ServQual dan pengaruh nya terhadap kepuasan dan *WOM*, sehingga hasil penelitian ini selain bermanfaat untuk PT Vale Indonesia dapat juga memberikan pengetahuan yang baru untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan format deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan obyek penelitian yaitu penghuni perumahan karyawan PT Vale Indonesia. Penelitian ini berlangsung selama dua bulan, yakni dari bulan Maret – April 2017.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penghuni perumahan karyawan PT. VALE Indonesia yang berjumlah 686 orang. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan tehnik pengambilan sampel menggunakan rumus:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (686)

e = Persen kesalahan yang ditolelir (sebesar 10%)

Jumlah sampel yang didapatkan sebesar: $n = 99$ dibulatkan menjadi 100 orang. Mengingat peralatan analisis yang digunakan adalah SEM yang membutuhkan sampel minimal 100 atau sebaiknya antara 200 – 400 sampel, hal ini menjadikan penulis untuk memilih 200 responden sebagai sampel dalam penelitian ini berdasarkan penjelasan Loehlin, (1998), bahwa ukuran sampel minimum yang diperlukan untuk mengurangi bias pada semua jenis estimasi *SEM* adalah 200 (Munir & Ilyas, 2017).

Metode Pengumpulan Data

Data di kumpulkan yang akan di gunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dengan menggunakan instrumen berupa kuisioner yang terdiri dari pernyataan tertutup. Pernyataan tertutup adalah pernyataan yang sudah menggiring responden ke jawaban alternatif

yang sudah di tetapkan (Trarintya, 2011). Data tersebut meliputi: (1) Kualitas Pelayanan, (2) Kepuasan Konsumen dan (3) WOM penghuni perumahan karyawan PT Vale Indonesia.

Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian dan hipotesis yang akan diuji, maka peralatan analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Struktural Equation Modelling* (SEM). Menurut Suharyadi dan Purwanto (2004), penarikan sampel digunakan untuk populasi yang mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen. Penarikan sampel acak terstruktur dilakukan dengan membagi anggota populasi dalam beberapa sub kecil yang disebut strata, lalu suatu sampel dipilih dari masing-masing stratum.

HASIL

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penghuni perumahan PT. VALE Indonesia. Berdasarkan tabel 1 menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penghuni perumahan, hal ini dapat dijelaskan bahwa dengan adanya peningkatan kualitas maupun kuantitas kualitas pelayanan akan berdampak pada peningkatan kepuasan penghuni perumahan.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap WOM penghuni perumahan PT. VALE Indonesia. Berdasarkan tabel 1 menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap WOM penghuni perumahan, hal ini dapat dijelaskan bahwa dengan adanya peningkatan kualitas maupun kuantitas kualitas pelayanan akan berdampak pada peningkatan WOM penghuni perumahan.

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap WOM penghuni perumahan PT. VALE Indonesia. Berdasarkan tabel 1 menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kepuasan terhadap WOM penghuni perumahan, hal ini dapat dijelaskan bahwa dengan adanya peningkatan kepuasan akan berdampak pada peningkatan WOM penghuni perumahan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap WOM penghuni perumahan PT. VALE Indonesia. Berdasarkan tabel 1 menunjukkan adanya pengaruh signifikan yang simultan antara kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap WOM penghuni perumahan berdasarkan hasil full model didapatkan bahwa seluruh variabel eksogen berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap variabel endogen, hal ini dapat dijelaskan bahwa dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan akan berdampak pada peningkatan WOM penghuni perumahan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data, seluruh indikator dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan dinyatakan valid dan reliabel baik dalam seluruh butir pernyataan maupun dalam analisis faktor. Koefisien pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan menunjukkan berpengaruh signifikan. Kualitas pelayanan yang ditingkatkan secara kualitas akan mempengaruhi serta meningkatkan kepuasan penghuni perumahan PT. VALE Indonesia, sehingga penelitian ini memiliki persamaan dengan Parawansa (2015), dan studi Shabbir, et al., (2010). Dimensi *tangibles* berperan paling penting dalam mewujudkan pelayanan yang prima kepada penghuni perumahan.

Analisis data, seluruh indikator dari variabel kualitas pelayanan dan WOM dinyatakan valid dan reliabel baik dalam seluruh butir pernyataan maupun dalam analisis faktor. Koefisien pengaruh kualitas pelayanan terhadap WOM menunjukkan berpengaruh signifikan. Kualitas pelayanan yang ditingkatkan secara kualitas akan mempengaruhi serta meningkatkan WOM

penghuni perumahan PT. VALE Indonesia, sehingga penelitian ini memiliki persamaan dengan Widyaswati (2010) dan Anita dan Rahanatha (2015). Indikator cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan merupakan faktor yang dominan dan dinilai penting bagi responden setelah indikator penampilan fisik karyawan yang menarik dan rapi.

Indikator dari variabel kepuasan dan WOM dinyatakan valid dan reliabel baik dalam seluruh butir pernyataan maupun dalam analisis faktor. Koefisien pengaruh kepuasan terhadap WOM menunjukkan berpengaruh signifikan. Kepuasan yang ditingkatkan secara kualitas akan mempengaruhi serta meningkatkan WOM penghuni perumahan PT. VALE Indonesia, sehingga penelitian ini memiliki persamaan dengan Nisa' dan Harti (2015) dan studi Setyawati (2009). Indikator yang terbesar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen yaitu kemampuan yang diberikan oleh pekerja yang datang sudah sesuai harapan. Kemampuan yang sesuai harapan sebagai indikator paling berpengaruh pada variabel kepuasan konsumen.

Sedangkan hasil analisis data dari indikator variabel kepuasan dan WOM dinyatakan valid dan reliabel baik dalam seluruh butir pernyataan maupun dalam analisis faktor. Koefisien pengaruh kepuasan terhadap WOM menunjukkan berpengaruh signifikan. Kepuasan yang ditingkatkan secara kualitas akan mempengaruhi serta meningkatkan WOM penghuni perumahan PT. VALE Indonesia, sehingga penelitian ini memiliki persamaan dengan Nisa' dan Harti (2015) dan studi Setyawati (2009). Kuantitas frekuensi komunikasi penghuni perumahan terhadap kualitas pelayanan departemen GFS kepada orang lain menjadi indikator paling dominan membentuk variabel WOM. Kuantitas frekuensi komunikasi sebagai indikator paling berpengaruh pada variabel *Word of Mouth*. Proses komunikasi melalui informasi dari teman, kolega atau keluarga dan penting dalam *Word of Mouth*, karena lebih jelas dan dapat dipercaya dalam informasinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Indikator yang terbesar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen yaitu kemampuan yang diberikan oleh pekerja yang datang sudah sesuai harapan, sedangkan indikator pelayanan yang diberikan oleh departemen GFS dinilai paling rendah sumbangsuhnya pada kepuasan penghuni perumahan. Kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *Word of Mouth* (WOM) penghuni perumahan. Kuantitas frekuensi komunikasi penghuni perumahan terhadap kualitas pelayanan departemen GFS kepada orang lain menjadi indikator paling dominan membentuk variabel WOM, sedangkan indikator kesediaan penghuni perumahan untuk menanggapi kritik negative menjadi indikator yang dinilai paling rendah. Oleh karena itu diharapkan agar pihak manajemen perumahan membenahi seluruh fasilitas yang dinilai kurang memberikan layanan prima, perlunya peningkatan dan evaluasi pelayanan perumahan agar terbangun WOM yang baik dibenak pelanggan, diharapkan agar menerapkan berbagai hal yang dapat meningkatkan kepuasan penghuni diantaranya yaitu memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas perumahan dan fasilitasnya, faktor situasi dan faktor pribadi penghuni perumahan PT. VALE Indonesia, serta mengupayakan agar terwujud *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa penghuni perumahan PT. VALE Indonesia yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, Wayan dan Sri, Ni Wayan. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan WOM (Studi di RSUD Wangaya Denpasar). *Journal of Manajemen* 1(2):240-254.
- Chaniotakis, Ioannis E. and Constantine Lympelopoulos. (2008). Service quality effect on satisfaction and word of mouth. *Managing Service Quality*. Vol. 19 No. 2. 2008. pp.229-242.
- Loehlin, J.C., (1998). *Latent Variable Models: An Introduction to Factor, Path, and Structural Analysis*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ. Nasution (2004).
- Munir, A. R., & Ilyas, G. B. (2017). Extending the Technology Acceptance Model to Predict the Acceptance of Customer toward Mobile Banking Service in Sulawesi Selatan. *International Journal of Economic Research*, 14(4), 365-375.
- NISA, P. F. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP WOM (WORD OF MOUTH) MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA BUS PUTRA MAS KELAS EKONOMI. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2).
- Parawansa, D.A.S. (2015). *Customers Perpetuation as Main Variable For Corporate Strategy in Banking Industry*. Makalah disajikan dalam *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, August 2015
- Rahmawati, Yuli. (2014). Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word of Mouth Pada Pelanggan Motor Honda di Surabaya. *Journal of Business and Management*. 4(1):15-30.
- Setyawati, Indah. (2009). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pasien Terhadap Words Of Mouth. Tesis. Univesitas Udayana.
- Shabbir, S., Kaufmann, H. R., & Shehzad, M. (2010). Service quality, word of mouth and trust: Drivers to achieve patient satisfaction. *Scientific Research and Essays*, 5(17), 2457-2462.
- Sinaga, Eka Mayastika. (2011). Menciptakan Word of Mouth Melalui Kualitas Pelayanan. *Jurnal Manajemen*. 4(5):1-11.
- Suharyadi dan Purwanto. (2004). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Surya, Rudi. (2016). Pengertian dan Jenis-Jenis Pelanggan Tetap. (Online), (<http://www.seputarpengetahuan.com/2016/10/pengertian-pelanggan-dan-jenis-jenis-pelanggan-lengkap.html>, diakses 10 January 2017)
- Trarintya, M.A.P. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Word Of Mouth (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan Di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar)*. Tesis. Denpasar: Pascasarjana Fakultas Ekonomi Univesitas Udayana.
- Widyaswati, R. (2010). *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Sehingga Tercipta Word Of Mouth Yang Positif Pada Pelanggan Speedy Semarang*. Tesis. Semarang: Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogoro.
- Yuni Anita, N. L. N., & Bayu Rahanatha, G. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP WOM MELALUI KEPUASAN PADA PT. SARANA DEWATA COURIER. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8).

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Variabel	Direct Effect			
		Estimates (Standardized)	C.R	p- value	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan (Y1)	0,613	5.461	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Assurance</i> (X4)	1,000	5.212	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Reliability</i> (X3)	1,000	2.002	0,045	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Responsiveness</i> (X2)	1,000	4.101	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Tangible</i> (X1)	1,000	2.048	0,041	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Word of Mouth</i> (Y2)	0,387	2.559	0,010	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Empathy</i> (X5)	1,000	5.314	0,000	Signifikan
Kepuasan (Y1)	<i>Word of Mouth</i> (Y2)	0,297	2.186	0,029	Signifikan
Variabel Independen	Variabel Intervening	Variabel Dependen	Standardize	Ket.	
Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan (Y1)	<i>Word of Mouth</i> (Y2)	0,128	Signifikan	