

PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* DAN DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SAMUDRA JAYA ART PHOTO BRIDAL KOMPLEK MEGALAND PEMATANGSIANTAR

Oleh :
Suci Ayu Andira
S1 Manajemen
Darwin Lie, Parman Tarigan, Ady Inrawan

Abstrak

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui gambaran *service excellence*, diferensiasi produk, dan kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar. 2) Untuk mengetahui pengaruh *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar secara simultan maupun parsial.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: 1) Responden memberikan jawaban sangat setuju untuk *service excellence*, jawaban sangat setuju untuk diferensiasi produk, dan jawaban puas untuk kepuasan konsumen. 2) Hasil analisis regresi adalah $\hat{Y} = 5,072 + 0,208X_1 + 0,643X_2$, berarti *service excellence* dan diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. 3) Hasil nilai korelasi $r = 0,783$, yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar. Tinggi rendahnya kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebesar 61,3% oleh *service excellence* dan diferensiasi produk. 4) Hipotesis penelitian H_0 ditolak, artinya *service excellence* dan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: *Service Excellence*, Diferensiasi Produk, dan Kepuasan Konsumen.

Abstract

The purpose of this research is to examine an analysis of: 1) To know the description of service excellence, product differentiation, and customer satisfaction on Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar. 2) To determine the effect of service excellence and product differentiation on consumer satisfaction at Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar simultaneously or partially.

The research can be concluded that: 1) Respondents gave an answer very amenable to service excellence, the answer very amenable for product differentiation, and a satisfied answer for customer satisfaction. 2) The results of the regression analysis is $Y = 5.072 + 0.208X_1 + 0.643X_2$, meaning service excellence and product differentiation positive effect on customer satisfaction. 3) The results of the correlation values of $r = 0.783$, which means that there is a strong and positive relationship between service excellence and product differentiation on consumer satisfaction at Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar. The level of customer satisfaction of 61.3% can be explained by the service excellence and product differentiation. 4) The research hypothesis H_0 is rejected, meaning that service excellence and product differentiation and a significant positive effect on customer satisfaction at Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar simultaneously or partially.

Keywords: *Service Excellence*, *Product Differentiation* and *Customer Satisfaction*.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa yang menawarkan jasa foto, videografi, cetak foto, dan lain sebagainya. Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar memandang bahwa kepuasan konsumen sebagai salah satu aspek penting yang harus diperhatikan, karena dapat mempengaruhi nilai masa depan perusahaan.

Dari hasil wawancara diperoleh informasi bahwa kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar belum optimal. Masih ada beberapa konsumen yang kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan, yaitu mengenai kecepatan karyawan dalam menyelesaikan cetak foto.

Untuk mengatasi masalah kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar yang belum optimal, maka Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar menerapkan

service excellence (pelayanan terbaik), yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. *Service excellence* yang diterapkan pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar yaitu: kemampuan (*ability*) yaitu pengetahuan karyawan terhadap jasa yang ditawarkan, sikap (*attitude*) yaitu bersikap ramah dan sopan kepada konsumen, penampilan (*appearance*) yaitu cara berpakaian karyawan dan kebersihan ruang tunggu, perhatian (*attention*) yaitu mendengarkan masalah serta keluhan konsumen, tindakan (*action*) yaitu cepat dalam memberikan penyelesaian masalah konsumen, dan tanggungjawab (*accountability*) yaitu bertanggungjawab terhadap tugas-tugas yang diberikan.

Selain *service excellence*, ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu diferensiasi produk. Diferensiasi produk pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar dapat dilihat dari: bentuk (*form*) yaitu bangunan dan lokasi parkir, keistimewaan (*furniture*) yaitu tambahan pelayanan, mutu kinerja (*performance quality*) yaitu pengetahuan pada pekerjaan masing-masing, mutu kesesuaian (*conformance quality*) yaitu hasil pekerjaan yang diberikan, daya tahan (*durability*) yaitu daya tahan hasil foto yang dicetak, serta rancangan (*design*) yaitu desain interior.

2. Rumusan Masalah

- Bagaimana gambaran *service excellence*, diferensiasi produk dan kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar.
- Bagaimana pengaruh *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

3. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui gambaran *service excellence*, diferensiasi produk dan kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar.
- Untuk mengetahui pengaruh *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

4. Metode Penelitian

Adapun desain penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian keputustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, teknik wawancara dan teknik kuesioner.

B. LANDASAN TEORI

1. Manajemen dan Manajemen Pemasaran

Menurut Robbins dan Mary (2010:7), manajemen melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif. Menurut Boyd, Orville, dan Jean (2000:18), manajemen pemasaran (*marketing management*) adalah proses menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi, dan distribusi dari produk, jasa, dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Kotler dan Kevin (2009:5), manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

2. Jasa

Menurut Kotler dan Gary (2004:337), pengertian jasa adalah berbagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan. Sedangkan menurut Gronroos dalam Tjiptono dan Gregorius (2011:17), jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

3. Service Excellence (Pelayanan Prima)

Menurut Elhaitammy dalam Tjiptono (2006:58), *service excellence* atau pelayanan yang unggul yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang diberikan pihak penyedia jasa sebagai usaha mewujudkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Untuk itu, para penyedia jasa hendaknya berpedoman pada beberapa unsur pokok pelayanan prima. Menurut Barata (2006:31), pelayanan prima terdiri dari enam unsur pokok, antara lain:

- Kemampuan (*Ability*)**
Kemampuan yaitu memiliki pengetahuan dan pemahaman terhadap jasa yang ditawarkan, menguasai cara melakukan pekerjaan atau pelayanan, serta kehandalan produk atau jasa memenuhi kebutuhan melebihi harapan pelanggan.
- Sikap (*Attitude*)**
Sikap meliputi keramahan, kesopanan serta keterampilan dalam memberikan pelayanan terbaik dalam memecahkan masalah pelanggan.
- Penampilan (*Appearance*)**
Penampilan merupakan hal penting yang harus diperhatikan, sebab umumnya menjadi

- persepsi pertama pelanggan. Penampilan dimaksud dapat mencakup pada kebersihan dan cara berpakaian karyawan, kebersihan dan layout ruangan.
- d. **Perhatian (*Attention*)**
Perhatian meliputi mendengarkan, mencatat dan membantu pelanggan, terhadap masalah serta keluhan para pelanggan serta mampu memberikan solusi atas masalah pada pelanggan.
 - e. **Tindakan (*Action*)**
Tindakan merupakan kesigapan dalam merespon masalah dan keluhan pelanggan serta mampu memberikan penyelesaian secepat mungkin.
 - f. **Tanggungjawab (*Accountability*)**
Memiliki tanggungjawab serta kepedulian terhadap tugas-tugas dan penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan pelanggan secara positif.

4. Diferensiasi Produk

Menurut Kartajaya (2010:26), diferensiasi adalah mengintegrasikan konten (*content*), konteks (*context*), dan infrastruktur (*infrastructure*) dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan. Untuk memenangkan persaingan, setiap perusahaan harus memiliki keunggulan dalam bersaing diwujudkan melalui strategi diferensiasi. Menurut Kotler dan Kevin (2008:385), ada empat strategi diferensiasi, yaitu diferensiasi produk, diferensiasi personal, diferensiasi saluran dan diferensiasi citra.

Menurut Kotler dan Kevin (2008:4), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Menurut Boyd, Orville, dan Jean (2000:256), diferensiasi produk adalah menawarkan pilihan yang lebih banyak atau lebih baik bagi konsumen dibanding pesaingnya. Diferensiasi produk merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen

Menurut Kotler dalam Purwanti (2014:13), parameter diferensiasi produk terdiri dari:

- a. Bentuk (*form*), adalah ukuran, model, atau struktur fisik sebuah produk.
- b. Keistimewaan (*furniture*), adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk.
- c. Mutu kinerja (*performance*), adalah tindakan yang mengacu pada level dimana karakteristik dasar itu beroperasi.
- d. Mutu kesesuaian (*conformance quality*), yaitu tingkat semua unit yang diproduksi adalah identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan.
- e. Daya tahan (*durability*), adalah suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan atau berat, merupakan atribut yang berharga untuk produk-produk tertentu yang ditimbulkan oleh produk yang rusak atau gagal.

- f. Rancangan (*design*), adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan.

5. Kepuasan Konsumen

Konsep kepuasan konsumen memiliki sifat yang abstrak. Menurut Mowen dan Michael (2002:89), kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Menurut Oliver dalam Umar (2003:14), kepuasan konsumen sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192), ada empat faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, yaitu:

- a. Kualitas produk dan jasa
Konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Struktur harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- c. Kenyamanan prosedur
Konsumen akan merasa semakin puas jika dalam mendapatkan prosedur pelayanan yang relatif mudah, nyaman, dan efisien.
- d. Dukungan konsumen
Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahkan orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk maupun jasa yang cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk atau jasa, tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas dengan merek ataupun pelayanan tertentu.

6. Pengaruh *Service Excellence* dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Adanya sistem pelayanan yang terbaik dan penawaran produk yang berbeda dari pesaing dalam suatu perusahaan jasa diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. *Service excellence* merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Menurut Barata (2006:25), pelayanan prima (*service excellence*) dapat dikatakan sebagai upaya pelaku bisnis atau pemberi jasa untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian dalam upaya memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan atau nasabah. Disamping adanya pelayanan terbaik yang diterapkan pada sebuah perusahaan jasa, strategi

diferensiasi produk juga merupakan salah satu hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2007:137), diferensiasi produk adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penerapan *service excellence* dan diferensiasi produk, berarti perusahaan memberikan nilai yang lebih kepada konsumen. Dengan demikian dapat menciptakan kepuasan konsumen. Semakin meningkatnya kepuasan konsumen, maka konsumen akan menjadi loyal kepada perusahaan.

C. PEMBAHASAN

1. Analisa
a. Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai tanggapan dari konsumen tentang pengaruh *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar. Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukkan ke dalam kelas-kelas intervall.

Tabel 1
Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

Nilai Interval	Kategori		
	Service Excellence	Diferensiasi Produk	Kepuasan Konsumen
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Puas
1,81 – 2,60	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Puas
2,61 – 3,40	Kurang Setuju	Kurang Setuju	Cukup Puas
3,41 – 4,20	Setuju	Setuju	Puas
4,21 – 5,00	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Puas

1) Gambaran Service Excellence Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar

Pada pada dimensi kemampuan (*ability*), karyawan Samudra Jaya Art Photo Bridal memiliki pengetahuan terhadap jasa yang ditawarkan memperoleh nilai rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada dimensi perhatian (*attention*), memperoleh nilai rata-rata 4,31 dengan kriteria jawaban sangat setuju, karena karyawan selalu mendengarkan masalah serta keluhan konsumen dengan baik. Pada indikator mencatat masalah serta keluhan konsumen memperoleh nilai rata-rata 4,33 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada indikator membantu masalah serta keluhan konsumen memperoleh nilai rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada indikator memberikan solusi atas masalah konsumen memperoleh nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban sangat setuju.

Pada dimensi tindakan (*action*) yaitu indikator sigap dalam merespon masalah konsumen memperoleh nilai rata-rata 4,11 dengan kriteria jawaban setuju. Pada indikator karyawan Samudra Jaya Art Photo Bridal sigap dalam merespon keluhan konsumen memperoleh nilai rata-rata 4,11 dengan kriteria jawaban setuju. Namun pada indikator kecepatan dalam memberikan penyelesaian masalah konsumen hanya memperoleh nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban kurang setuju, hal ini disebabkan karena ada banyak pekerjaan yang harus diselesaikan pada waktu yang bersamaan, sehingga konsumen sedikit.

Selanjutnya pada indikator tanggungjawab (*accountability*) yaitu pada indikator bertanggungjawab terhadap tugas-tugas yang diberikan memperoleh nilai rata-rata 4,51 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada indikator karyawan Samudra Jaya Art Photo Bridal bertanggungjawab untuk menyelesaikan keluhan konsumen secara positif memperoleh nilai rata-rata 4,22 dengan kriteria jawaban setuju, Dari semua pernyataan tentang *service excellences*, dapat disimpulkan bahwa total nilai rata-rata dari keseluruhan dimensi di atas adalah 4,21 dengan kriteria jawaban sangat setuju.

2) Gambaran Diferensiasi Produk Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar

Pada dimensi bentuk (*form*) yaitu indikator bangunan Samudra Jaya Art Photo Bridal terlihat kokoh memperoleh nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban setuju. Pada indikator lokasi parkir yang luas juga memperoleh nilai rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada dimensi keistimewaan (*furniture*) yaitu indikator Samudra Jaya Art Photo Bridal memiliki ruang tunggu yang ber AC memperoleh nilai rata-rata 4,34 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada indikator pelayanan cetak foto memperoleh nilai rata-rata 4,47 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Indikator pelayanan desain foto album eksklusif memperoleh nilai rata-rata 4,20 dengan kriteria jawaban setuju. Sedangkan pada indikator pelayanan laminasi foto juga memperoleh nilai rata-rata 4,20 dengan kriteria jawaban setuju.

Pada dimensi mutu kinerja (*performance quality*) yaitu indikator pengetahuan pada pekerjaan masing-masing memperoleh nilai rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada indikator cepat dalam menyelesaikan pekerjaan memperoleh nilai rata-rata 4,31 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada dimensi mutu kesesuaian (*conformance quality*) yaitu indikator desain foto di Samudra Jaya Art Photo Bridal sesuai dengan keinginan konsumen memperoleh nilai rata-rata 4,14 dengan kriteria jawaban setuju. Pada indikator hasil foto yang dicetak memiliki akurasi warna yang lebih kontras memperoleh nilai rata-rata 4,65 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Pada indikator laminasi foto yang rapi memperoleh nilai rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat setuju.

Pada dimensi daya tahan (*durability*) yaitu indikator hasil foto yang dicetak lebih tahan lama memperoleh nilai rata-rata 4,29 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Selanjutnya pada dimensi rancangan (*design*), yaitu indikator desain interior Samudra Jaya Art Photo Bridal menarik memperoleh nilai rata-rata 4,24 dengan kriteria jawaban sangat setuju. Dari semua pernyataan tentang diferensiasi produk, dapat disimpulkan bahwa total nilai rata-rata dari keseluruhan dimensi di atas adalah 4,29 dengan kriteria jawaban sangat setuju.

3) **Gambaran Kepuasan Konsumen Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar**

Pada dimensi kualitas produk dan jasa yaitu indikator kualitas album yang ditawarkan Samudra Jaya Art Photo Bridal memperoleh nilai rata-rata 4,33 dengan kriteria jawaban sangat puas. Pada indikator kualitas bingkai yang ditawarkan memperoleh nilai rata-rata 4,34 dengan kriteria jawaban sangat puas. Indikator kualitas jasa foto yang ditawarkan memperoleh nilai rata-rata 4,27 dengan kriteria jawaban sangat puas. Pada indikator kualitas jasa videografi memperoleh nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban puas. Pada indikator kualitas jasa cetak foto yang ditawarkan Samudra Jaya Art Photo Bridal memperoleh nilai rata-rata 4,60 dengan kriteria jawaban sangat puas. Pada indikator kualitas jasa desain foto, Samudra Jaya Art Photo Bridal memperoleh nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban puas. Selanjutnya pada indikator kualitas jasa laminasi foto yang ditawarkan Samudra Jaya Art Photo Bridal memperoleh nilai rata-rata 4,24 dengan kriteria jawaban sangat puas.

Pada dimensi struktur harga yaitu indikator harga yang ditentukan oleh Samudra Jaya Art Photo Bridal memperoleh nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban puas. Selanjutnya pada indikator potongan harga yang diberikan, memperoleh nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup puas. Pada dimensi kenyamanan prosedur yaitu indikator kemudahan saat menggunakan layanan memperoleh nilai rata-rata 4,33 dengan kriteria jawaban sangat puas. Pada indikator kenyamanan yang diberikan memperoleh nilai rata-rata 4,44 dengan kriteria jawaban sangat puas. Sedangkan pada indikator efisiensi karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan memperoleh nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban puas.

Selanjutnya pada dimensi dukungan konsumen yaitu indikator perasaan setelah merekomendasikan kepada teman memperoleh nilai rata-rata 3,98 dengan kriteria jawaban puas. Pada indikator perasaan bangga memperoleh nilai rata-rata 3,84 dengan kriteria jawaban puas. Dari semua pertanyaan tentang kepuasan konsumen, dapat disimpulkan bahwa total nilai rata-rata dari keseluruhan dimensi di atas adalah 4,18 dengan kriteria jawaban puas.

b. **Deskriptif Kuantitatif**
1) **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana variabel X_1 adalah *service excellence*, variabel X_2 adalah diferensiasi produk, dan variabel Y adalah kepuasan konsumen. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan *software SPSS for windows* versi 22, maka hasil regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	5.072	6.371	
1 Service Excellence	.208	.069	.274
Diferensiasi Produk	.643	.090	.652

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Pengolahan data dengan SPSS for windows versi 22

Berdasarkan tabel di atas, diketahui persamaan regresi yang diperoleh adalah: $\hat{Y} = 5,072 + 0,208X_1 + 0,643X_2$, artinya *service excellence* dan diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar.

2) **Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**

Koefisien korelasi merupakan koefisien yang digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen dapat dihitung dengan menggunakan *software SPSS for windows* versi 22, sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Perhitungan Uji Koefisien Determinasi (R^2) Dengan Variabel Dependen Kepuasan Konsumen
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.598	2.484

a. Predictors: (Constant), Diferensiasi Produk, Service Excellence
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Pengolahan data dengan SPSS for windows versi 22

Dari tabel di atas diperoleh nilai $r = 0,783$ (interval koefisien 0,60 – 0,799) yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar. Koefisien determinasi (R^2 /KD) sebesar 0,613, yang artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebesar 61,3% oleh *service excellence* dan diferensiasi produk, selebihnya 38,7% dijelaskan

oleh faktor-faktor lain seperti promosi, tempat, dan lain sebagainya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3) **Pengujian Hipotesis dengan Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*service excellence* dan diferensiasi produk) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara bersama-sama atau simultan. Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan antara F_{hitung} dan F_{tabel} pada taraf signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0,05$, sebagai berikut :

Tabel 4
Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	508.874	2	254.437	41.234	.000 ^b
1 Residual	320.871	52	6.171		
Total	829.745	54			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen
b. *Predictors:* (Constant), Diferensiasi Produk, *Service Excellence*

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $41,234 > F_{tabel}$ 3,18, maka H_0 ditolak artinya *service excellence* dan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar secara simultan.

4) **Pengujian Hipotesis dengan uji t**

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi diketahui bahwa *service excellence*, diferensiasi produk, dan kepuasan konsumen sangat berhubungan. Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS for windows versi 22. Uji parsial akan dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 5
Analisis Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	.796	.430
1 <i>Service Excellence</i>	3.015	.004
Diferensiasi Produk	7.173	.000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen
Sumber: Pengolahan data dengan SPSS for windows versi 22

Dari tabel di atas, pengujian hipotesis secara parsial yaitu pada variabel *service excellence* (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 3,015 > t_{tabel} 2,00665 atau dengan taraf signifikansi $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya *service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek

Megaland Pematangsiantar secara parsial. Pada variabel diferensiasi produk (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 7,173 > t_{tabel} 2,00665 atau dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar secara parsial.

2. **Evaluasi**

a. ***Service Excellence* Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar**

Berdasarkan hasil analisis tentang *service excellence*, dapat dilihat bahwa *service excellence* yang diterapkan pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar sudah sangat baik. Hal tersebut terlihat dari jawaban 55 orang responden atas kuesioner yang dibagikan oleh penulis memperoleh total nilai rata-rata 4,21 dengan kategori jawaban sangat setuju. Namun masih ada beberapa indikator yang berada di bawah nilai rata-rata yaitu pada dimensi penampilan (*appearance*). Maka sebaiknya karyawan tetap mengikuti peraturan pimpinan untuk selalu mengenakan pakaian seragam yang telah disediakan oleh pimpinan, baik pada saat bekerja di dalam ruangan ataupun pada saat bekerja di luar lapangan agar tetap terlihat rapi.

Pada dimensi perhatian (*attention*), yaitu indikator karyawan Samudra Jaya Art Photo Bridal selalu memberikan solusi atas masalah konsumen memperoleh nilai 4,18 dengan kriteria jawaban setuju, namun masih di bawah nilai rata-rata. Maka untuk meningkatkannya karyawan harus menjalin komunikasi yang lebih baik kepada konsumen untuk mengetahui apa yang menjadi masalah konsumen, sehingga karyawan dapat memberikan solusi kepada konsumen. Pada indikator karyawan Samudra Jaya Art Photo Bridal cepat dalam memberikan penyelesaian masalah konsumen memperoleh nilai 3,40 dengan kriteria jawaban kurang setuju, maka untuk mengatasi hal tersebut sebaiknya karyawan lebih meningkatkan kerjasama yang baik untuk saling berbagi tugas dan mengatur *time management* agar pekerjaan yang harus diselesaikan pada waktu yang bersamaan dapat dengan cepat terselesaikan.

b. **Diferensiasi Produk Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar**

Berdasarkan hasil analisis tentang diferensiasi produk, dapat dilihat bahwa diferensiasi produk pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar sudah sangat baik. Hal tersebut terlihat dari jawaban 55 orang responden atas kuesioner yang dibagikan oleh penulis memperoleh total nilai rata-rata 4,29 dengan kategori jawaban sangat setuju. Pada indikator pelayanan laminasi foto memperoleh nilai rata-rata 4,18 dengan kriteria jawaban setuju namun masih berada dibawah nilai rata-rata, maka untuk

meningkatkan Samudra Jaya Art Photo Bridal dapat menampilkan contoh hasil foto yang telah dilaminasi dengan jumlah yang lebih banyak lagi dan membuat brosur atau poster yang diletak di ruang tunggu atau di meja kasir agar konsumen mengetahui pelayanan laminasi yang ditawarkan dan dapat melihat langsung hasilnya.

Pada dimensi mutu kesesuaian (*conformance quality*), yaitu indikator desain foto di Samudra Jaya Art Photo Bridal sesuai dengan keinginan konsumen memperoleh nilai 4,14 dengan kriteria jawaban setuju, namun masih berada di bawah nilai rata-rata. Maka untuk meningkatkannya, karyawan terlebih dahulu mempertanyakan bagaimana gambaran desain yang diinginkan oleh konsumen dan memperlihatkan kembali hasil desain sebelum dicetak untuk memastikan apakah *layout* dan warna desain sudah sesuai, tidak ada kesalahan dalam pengetikan nama, gelar, dan lainnya.

c. Kepuasan Konsumen Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar

Berdasarkan hasil analisis tentang kepuasan konsumen, dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar sudah baik. Hal tersebut terlihat dari jawaban 55 orang responden atas kuesioner yang dibagikan oleh penulis memperoleh total nilai rata-rata 4,18 dengan kategori jawaban puas. Namun ada beberapa indikator yang berada di bawah nilai rata-rata yaitu pada dimensi struktur harga indikator potongan harga yang diberikan Samudra Jaya Art Photo Bridal memperoleh nilai rata-rata 3,40 dengan kriteria jawaban cukup puas, maka untuk meningkatkannya Samudra Jaya Art Photo Bridal tetap memberikan potongan harga tanpa adanya batasan ataupun ketentuan waktu dan memberikan bonus tambahan seperti foto bingkai.

Pada dimensi dukungan konsumen yaitu indikator perasaan setelah merekomendasikan memperoleh nilai 3,98 dengan kriteria jawaban puas namun masih berada dibawah nilai rata-rata, maka untuk meningkatkannya Samudra Jaya Art Photo Bridal dapat memberikan diskon khusus bagi konsumen yang telah merekomendasikan kepada temannya agar mereka kembali merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa di Samudra Jaya Art Photo Bridal. Pada indikator bangga berlangganan memperoleh nilai 3,84 dengan kriteria jawaban puas namun masih di bawah rata-rata, maka untuk meningkatkannya Samudra Jaya Art Photo Bridal harus tetap menjaga kualitas bahan baku yang digunakan serta lebih meningkatkan kreatifitas karyawan agar selalu berinovasi dalam berkarya, karena dalam dunia seni sangat membutuhkan kreativitas..

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Dari persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS for windows versi 22 adalah $\hat{Y} = 5,072 +$

$0,208X_1 + 0,643X_2$, artinya *service excellence* (X_1) dan diferensiasi produk (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar.

- b. Hasil analisis koefisien korelasi diperoleh $r = 0,783$ (interval koefisien $0,60 - 0,799$), yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara *service excellence* dan diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar. Kemudian diperoleh koefisien determinasi (R^2 /KD) sebesar 0,613, yang artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebesar 61,3% oleh *service excellence* dan diferensiasi produk, selebihnya 38,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti promosi, tempat, dan lain sebagainya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
- c. Hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $41,234 > F_{tabel} 3,18$ dengan derajat bebas dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya *service excellence* dan diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar secara simultan.
- d. Hasil uji parsial (uji t) yaitu pada variabel *service excellence* (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} 3,015 > t_{tabel} 2,00665$ pada distribusi frekuensi ($df = n - k = 55 - 3 = 52$) atau dengan taraf signifikansi $0,004 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya *service excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar secara parsial. Kemudian pada variabel diferensiasi produk (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} 7,173 > t_{tabel} 2,00665$ atau dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak artinya diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematangsiantar secara parsial.

2. Saran

- a. Agar penerapan *service excellence* berdasarkan dimensi yang ada dapat berjalan dengan baik maka perlu dilakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi yaitu pada dimensi penampilan (*appearance*) sebaiknya karyawan tetap mengikuti peraturan pimpinan untuk selalu mengenakan pakaian seragam yang telah disediakan oleh pimpinan baik pada saat bekerja di dalam ruangan ataupun pada saat bekerja di luar lapangan agar tetap terlihat rapi, pada dimensi perhatian (*attention*) karyawan harus menjalin komunikasi yang lebih baik kepada konsumen, pada dimensi tindakan (*action*) sebaiknya karyawan lebih meningkatkan kerjasama yang baik untuk saling berbagi tugas dan mengatur *time*

- management* agar pekerjaan yang harus diselesaikan pada waktu yang bersamaan dapat dengan cepat.
- b. Agar penerapan diferensiasi produk berdasarkan dimensi yang ada dapat berjalan dengan baik maka perlu dilakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi yaitu pada dimensi bentuk (*form*) sebaiknya Samudra Jaya Art Photo Bridal melakukan renovasi terhadap bagian bangunan yang sudah terlihat rusak dan melakukan pengecatan ulang, pada dimensi keistimewaan (*furniture*) sebaiknya Samudra Jaya Art Photo Bridal menampilkan contoh hasil foto yang telah dilaminasi dengan jumlah yang lebih banyak lagi dan di ruang tunggu agar konsumen mengetahui pelayanan laminasi yang ditawarkan dan dapat melihat langsung hasilnya, pada dimensi mutu kesesuaian (*conformance quality*) sebaiknya karyawan mempertanyakan terlebih dahulu bagaimana gambaran desain yang diinginkan oleh konsumen dan memperlihatkan kembali hasil desain sebelum dicetak untuk memastikan apakah *layout* dan warna desain sudah sesuai, tidak ada kesalahan dalam pengetikan nama, gelar, dan lainnya,
 - c. Agar kepuasan konsumen pada Samudra Jaya Art Photo Bridal menjadi lebih puas penulis menyarankan pada dimensi struktur harga sebaiknya Samudra Jaya Art Photo Bridal tetap memberikan potongan harga tanpa adanya batasan ataupun ketentuan waktu dan memberikan bonus tambahan seperti foto bingkai, pada dimensi dukungan konsumen sebaiknya Samudra Jaya Art Photo Bridal tetap menjaga kualitas bahan baku yang digunakan serta lebih meningkatkan kreatifitas karyawan agar selalu berinovasi dalam berkarya.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya. 2006. **Dasar-Dasar Pelayanan Prima**. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Boyd, Harper W, Orville C. Walker, dan Jean Claude Larreche. 2000. **Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Jilid 1, Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kartajaya, Hermawan. 2010. **Brand Operation**. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2, Edisi Keduabelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2004. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks.
- 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1 dan 2, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen, Jhon C dan Michael Minor. 2002. **Perilaku Konsumen**. Jilid 2, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Purwanti, Andi Janna. 2014. **Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Membeli Produk Fashion Pada Toko Issue di Makassar**. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. Skripsi.
- Robbins, Stephen P dan Mary Coulter. 2010. **Manajemen**. Jilid 1, Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2006. **Manajemen Jasa**. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. **Service, Quality, dan Satisfaction**. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003. **Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa**. Bogor: Ghalia Indonesia.