

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(PT. GAIDO CITO EKAKURINDO CABANG SURABAYA)**

Alexie Julios Caesar, Suhartini  
Jurusan Teknik Industri Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya  
Jalan Arief Rachman Hakim 100 Surabaya  
ttitin63@yahoo.com

**ABSTRAK**

*Banyak faktor dalam menentukan kepuasan pelanggan salah satunya yaitu dengan menentukan persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa. Lima dimensi tersebut yaitu, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan tangible. Dengan banyaknya persaingan jasa pengiriman ini maka perlu menjaga kepuasan dan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Penelitian ini mengukur kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa di PT.Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya dengan menghitung penilaian dari pelanggan terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang ada. Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan tentang kualitas pelayanan. Sedangkan regresi linier digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty) terhadap variabel dependen (kepuasaan pelanggan). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan CSI menunjukkan nilai 0,566 atau 56% cukup puas dan hasil variabel yang sangat berpengaruh harus diperbaiki dari regresi menunjukkan variabel tangible terdapat di kuadran I yang dapat diketahui dengan regresi dan Importance Performance Analisis (IPA).*

**Kata Kunci :** Kepuasan Pelanggan, Regresi Linier Berganda, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI).

## **I. PENDAHULUAN**

Adanya sebuah kebutuhan atau tuntutan dari konsumen yang semakin kompleks. Perkembangan industri jasa yang semakin besar yang didorong pula oleh kemajuan pesat dalam teknologi dan informasi. Dan untuk memenuhi tuntutan tersebut, pihak produsen dalam hal ini perusahaan harus mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja, sebab jika tidak maka perusahaan tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dan oleh karena itu perusahaan bisa tertinggal.

PT.Gaido Cito Ekakurindo merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang berlokasi di Kutisari Utara VII No 19, Cabang Surabaya. Perusahaan ini melayani pengiriman barang produk maupun dalam bentuk dokumen dengan berbagai tujuan wilayah sekitar Surabaya.

PT.Gaido Cito Ekakurindo, mengingat pada bulan-bulan terakhir ini ada peningkatan komplain. Komplain Perkembangan industri jasa belakangan ini semakin pesat, hal ini merupakan yang sering terjadi yaitu keterlambatan waktu dalam pengiriman dan kerusakan produk, mengacu dari kondisi tersebut semakin banyaknya respon masyarakat Surabaya bahwa menunjukkan banyaknya berbagai komplain terutama di sektor ketepatan waktu yang sering terjadi maka perusahaan harus lebih fokus dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan menjadi bagian dari solusi permasalahan pengiriman barang seperti produk yang semakin kompleks.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan atau konsumen berhubungan dengan mutu dari produk yang ditawarkan oleh merka. Kepuasan konsumen mempunyai tingkat masing-masing tergantung apa yang mereka peroleh, Disini akan diuraikan beberapa definisi kepuasan

menurut diantaranya menurut Kotler dan Keller (2007 hal 177) yang menyatakan bahwa: “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”. Menurut Sunarto (2006, hal 17) “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya”. Menurut Yazid, (2005, hal 55) “Kepuasan adalah merupakan ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerjayang senyatanya”.

## B. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan dan pelanggan pesaing. Kotler dan Tjipto dan Chandra (2005) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran
2. *Ghost Shopping* (Mystery Shopping)
3. *Lost Customer Analysis*
4. Survei Kepuasan Pelanggan

## C. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kuisioner awal. Uji yang dilakukan adalah uji kecukupan data, uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan dari kuisioner tersebut tepat sasaran atau tidak.
2. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi akan konsumen terhadap pertanyaan yang ada, jadi apakah data yang diperoleh akan memberikan hasil yang sama atau tidak.

## D. *Customer Satisfaction Index*

Menurut Rangkuti (2002) dalam Ardhika (2007), pengukuran terhadap *Cnstorner Satisfaction Index* (CSI) diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut atribut roduk atau jasa tersebut. Bisa digunakan untuk membandingkan tingkat kepuasan dua produk/lebih, maupun melihat perkembangan tingkat kepuasan konsumen akan sebuah produk dari waktu ke waktu (*time series*).

### 1. Menghitung *Weighting Factors* (WF)

Yaitu fungsi dari media importance score atau skor median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk 5% dari total median importance score atau skor median tingkat kepentingan untuk seluruh kriteria atau atribut yang diuji.

### 2. Menghitung *Weighted Score* (WS)

Yaitu fungsi dari median satisfaction score atau skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting Factors* (WF) masing-masing atribut.

### 3. Menghitung *Weighted Median Total* (WMT)

Yaitu total dari nilai *Weighted Score* (WS) dihitung secara keseluruhan.

### 4. *Customer satisfaction index*

Yaitu perhitungan dari *Weighted Median Total* (WMT) dibagi skala maksimum atau *highest scale* dikali 100%. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, dengan kriteria sebagai berikut :

- a. 0.81 – 1.00 : Sangat Puas
- b. 0.66 – 0.80 : Puas
- c. 0.51 – 0.65 : Cukup Puas

- d. 0.35 – 0.50 : Kurang Puas  
e. 0.00 – 0.34 : Tidak Puas

### E. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Supranto (1997) *Importance Performance Analysis* adalah suatu metode untuk menganalisis sejauhmana tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja sebuah perusahaan. Didasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penilai kinerja, akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara kepentingan dan tingkat pelaksanaannya pada sebuah perusahaan.

Menurut J. Supranto (1997), sumbu mendatar (X) dalam diagram kartesius memuat nilai rata-rata skor kepuasan (*performance*), sedangkan sumbu tegak (Y) memuat nilai rata-rata skor kepentingan (*importance*), yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Keterangan:

- Tki : Tingkat kesesuaian pelanggan  
Xi : Skor penilaian kepuasan kinerja pelayanan  
Yi : Skor penilaian kepentingan pelanggan

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan pelanggan. Diagram kartesius sangat diperlukan dalam penjabaran unsur-unsur tingkat kesesuaian kepentingan dan kinerja atau kepuasan pelanggan atas bagan yang terdiri dari empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik – titik ( X,Y ).

Rumus untuk menentukan setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah :

$$X_i = \frac{\sum X_i}{N}$$

$$Y_i = \frac{\sum Y_i}{N}$$

Keterangan:

- Xi = Skor rata-rata tingkat kinerja  
Yi = Skor rata-rata tingkat harapan / kepentingan  
N = Jumlah responden

Rumus yang digunakan untuk menjabarkan diagram kartesius adalah :

$$X_1 = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{K}$$

$$Y_1 = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{K}$$

Keterangan

- X1 = Rataan skor tingkat kinerja seluruh atribut  
Y1 = Rataan skor tingkat kepentingan/ harapan seluruh atribut  
K = Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius sebagai berikut :

Tingkat Kepentingan



Gambar 1. Pembagian Kuadran *Importance Performance Analysis*  
(Sumber : Rangkuti, 2003)

1. Kuadran 1 (*Attributes to improve*)  
Merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh penghuni namun pada kenyataannya belum sesuai seperti yang diharapkan (kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.
2. Kuadran 2 (*Maintain Performance*)  
Merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh penghuni dan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Karenanya atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus dipertahankan.
3. Kuadran 3 (*Attributes to Maintain*)  
Merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh penghuni dan pada kenyataannya, kinerjanya tidak terlalu istimewa.
4. Kuadran 4 (*Attributes to De-emphasize*)  
Merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh penghuni dan dirasakan terlalu berlebihan dalam kinerja pelayanannya.

**F. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*) terhadap variabel dependen (kepuasaan pelanggan). Dan berikut grafik dari regresi linier dan regresi non linier

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

Keterangan :

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Y = kepuasan pelanggan          | b <sub>1</sub> =variable tangibles       |
| a = variabel intersept          | b <sub>2</sub> = variable reliability    |
| x <sub>1</sub> = Tangibles      | b <sub>3</sub> = variable responsiveness |
| x <sub>2</sub> = Reliability    | b <sub>4</sub> = variable assurance      |
| x <sub>3</sub> = Responsiveness | b <sub>5</sub> = variable emphaty        |
| x <sub>4</sub> = Assurance      |  |
| x <sub>5</sub> = Emphaty        |  |

## 1. Analisis t – test

$$t = \frac{rs}{s/\sqrt{Sxx}}$$

Keterangan :

t = nilai t hitung

s = standard error

rs = korelasi variable

Sxx = standard error regresi xx

## 2. Analisis F test:

$$F = \frac{R^2 (k - 1)}{(1 - R^2) / N - k}$$

Keterangan :

 $R^2$  = koefisien determinasi

N = banyaknya sampel

k = Banyaknya prediktor, yaitu  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$ .

## 3. Koefisien determinasi

$$R^2 = \frac{b_1(\sum \Sigma_1 Y) + b_2(\sum \Sigma_2 Y) + b_3(\sum \Sigma_3 Y)}{\Sigma Y^2}$$

Dimana :

 $R^2$  = koefisien determinasi $X_2$  = variabel reliability

Y = variabel kepuasan pelanggan

 $X_3$  = variable responsiveness $X_1$  = variabel tangibles

## 4. Analisis korelasi

$$r = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Dimana:

r = hasil korelasi

n = banyaknya sampel

 $\Sigma x$  = total variable x $\Sigma y$  = total variable y**III. METODE PENELITIAN**

Adapun tahap-tahap penelitian yaitu tahap persiapan, identifikasi masalah, menentukan tujuan, manfaat dan batasan, studi literatur dan study lapangan, tahap pengumpulan dan pengolahan data, pengumpulan data, penyusunan dan penyebaran kuisioner, uji validitas dan uji reliabilitas, penentuan jumlah sampel, pengolahan data, tahap analisis dan kesimpulan, tahap analisis dan interpretasi, kesimpulan dan saran.

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelanggan memiliki harapan terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya. Berikut merupakan hasil pengolahan data berdasarkan dari penyebaran kuisioner terhadap 60 pelanggan PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata Penilaian Tingkat Kinerja Terhadap Pelanggan  
PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya

No	Kriteria	Rata-rata
<b>Reliability</b>		
1	Sejauh manakah PT. Gaido Cito Ekakurindo cabang Surabaya dapat menjamin tidak terjadinya kesalahan dalam memberikan pelayanan yang menyebabkan kerugian pelanggan	2.85
2	Kemampuan pengiriman barang yang tepat waktu dan aman	2.70
3	Biaya pengiriman yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima	2.63
4	Kemampuan menjaga paket yang dikirim dalam keadaan utuh	2.80
<b>Responsiveness</b>		
5	Petugas cepat merespon keluhan pelanggan	2.88
6	Petugas menunjukkan sikap ramah dan siap melayani pelanggan	2.60
7	Kemampuan mendengarkan ketika pelanggan meminta pelayanan	2.63
<b>Assurance</b>		
8	Jaminan ganti rugi oleh perusahaan terhadap kiriman yang hilang atau rusak	2.57
9	Bertanggung jawab terhadap keterlambatan pengiriman.	3.23
10	Petugas selalu menunjukkan sikap percaya diri dan siap melayani pelanggan	2.77
11	Petugas kurir menunjukkan sikap yang baik atau ramah	2.92
<b>Emphaty</b>		
12	Kemampuan petugas helper PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya dalam memberikan pelayanan (mengangkat barang)	2.98
13	Keramahan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya	2.82
14	Pemberian informasi jika terdapat jenis pengiriman dan fasilitas baru.	3.20
15	Berusaha mengenal pelanggan dan memahami kebutuhan mereka.	2.87
<b>Tangibles</b>		
16.	Ketersediaan layanan selama 24 jam	3.10
17	Penampilan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya	2.73
18.	Kebersihan dan keterampilan PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya	2.67

**I. Rata-rata Penilaian Tingkat Kepentingan Pelayanan PT. Gaido Cito Ekakurindo**

Rata-rata penilaian tingkat kepentingan pelayanan PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya berdasarkan penyebaran kuisioner 60 responden PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya.

Tabel 2. Rata-rata Penilaian Tingkat Kepentingan Pelayanan  
PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya

No	HARAPAN ANDA	Rata-rata
1	Lokasi PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya yang mudah di jangkau	2.77
2	PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya mempunyai kemampuan pengiriman barang yang tepat waktu dan aman	2.78
3	Biaya pengiriman PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang diterima	2.85
4	PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya menjaga paket yang dikirim dalam keadaan utuh	2.85
5	Kemampuan PT. Gaido Cito Ekakurindo menangani complain	2.78
6	Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pengurusan complain dari	3.02

	pelanggan jika ada paket terlambat, rusak atau hilang	
7	Kemampuan mendengarkan ketika pelanggan meminta pelayanan	3.03
8	Jaminan ganti rugi oleh perusahaan terhadap kiriman yang hilang atau rusak	2.78
9	PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya bertanggung jawab terhadap keterlambatan pengiriman.	2.85
10	Kemampuan petugas CS dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.	2.97
11	petugas CS mencatat keluhan atau permintaan dengan benar	2.88
12	Kemampuan petugas helper PT. Gaido Cito Ekakurindo dalam memberikan pelayanan (mengangkat barang)	2.83
13	Keramahan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo	2.80
14	Pemberian informasi jika terdapat jenis pengiriman dan fasilitas baru.	3.13
15	Berusaha mengenal pelanggan dan memahami kebutuhan mereka.	3.05
16	Kelengkapan fasilitas penunjang (alat angkut, toilet, parker, dll)	2.85
17	penampilan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo	2.93
18	Tingkat kemudahan untuk melaporkan keluhan terhadap PT. Gaido Cito Ekakurindo	2.83

Tabel 3. Rata-rata Penilaian Perceived Tingkat Kepentingan Pelayanan PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya (lanjutan)

1	PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya ini ramah dalam melayani pelanggan	3.07
2	PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya ini cepat dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan	3.00
3	PT. Gaido Cito Ekakurindo ini tulus dalam melayani pelanggan	2.98
4	PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya ini respon terhadap permintaan pelanggan	3.25
5	Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruang PT. Gaido Cito Ekakurindo ini memberikan kenyamanan	3.03
6	Lapangan parkir di PT. Gaido Cito Ekakurindo ini telah memadai	3.17
7	Kemampuan PT. Gido Cito Ekakurindo cepat dalam menangani proses pengiriman	3.32
8	PT. Gido Cito Ekakurindo memberikan pelayananyang sesuai dengan permintaan	3.07
9	Apakah di PT. Gaido Cito Ekakurindo menyediakan fasilitas yang memadai	3.40
10	Apakah PT. Gaido Cito Ekakurindo cepat dan tanggap dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan	3.25
11	Memberikan pemahaman dan penjelasan yang benar pada pelanggan	3.30
12	Karyawan memahami secara spesifik pada saat pelanggan membutuhkan	3.27
13	Karyawan membantu pelanggan yang membutuhkan secara tuntas	3.40
14	Memberikan penjelasan dengan menggunakan bahasa yang dipahami oleh pelanggan	3.23
15	Karyawan PT. Gaido Cito Ekakurido memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan	3.30
16	Kesopanan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo dalam memeberikan pelayanan dalam pelanggan	3.40
17	PT. Gaido Cito Ekakurindo harus memperhatikan proses pengiriman barang dari awal hingga akhir	3.18
18	Ketelitian dalam memeriksa kelengkapan dokumen dalam pengiriman barang	3.40

**II. Customer Satisfaction Index (CSI)**

Pengukuran CSI ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan dijadikan sebagai acuan dalam menentukan sasaran yang akan datang. Hasil perhitungan CSI dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Kriteria	Kepentingan (y)	Factor (WF)	Kinerja (x)	Score
	Rataan Tingkat Kepentingan (y)	Importance Weighing Factor (WF)	Rataan Tingkat Kinerja (x)	Weighted Score
1	2.92	0.054	2.85	0.15
2	2.89	0.054	2.70	0.15
3	2.92	0.054	2.63	0.14
4	3.05	0.055	2.80	0.15
5	2.91	0.054	2.88	0.16
6	3.10	0.057	2.60	0.15
7	3.18	0.059	2.63	0.16
8	2.93	0.054	2.57	0.14
9	3.13	0.055	3.23	0.18
10	3.11	0.058	2.77	0.16
11	3.09	0.057	2.92	0.17
12	3.05	0.057	2.98	0.17
13	3.10	0.057	2.82	0.16
14	3.18	0.059	3.20	0.19
15	3.18	0.057	2.87	0.16
16	3.13	0.053	3.10	0.16
17	3.06	0.054	2.73	0.15
18	3.14	0.052	2.67	0.14
Total	53.93	1.000	50.95	2.83
Weighted average	2.83			
<i>Customer satisfaction Index</i>	0,566			

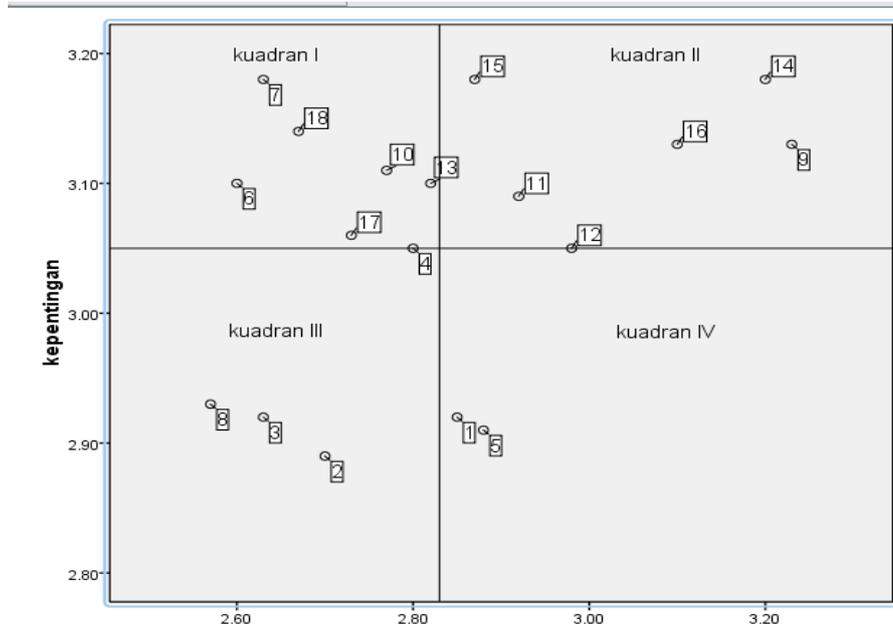
Selanjutnya setelah diketahui masing-masing *weighted score* dari tiap kriteria dilanjutkan dengan menghitung *weighted median total* (WMT) dengan cara menjumlahkan semua *weighted score* yang hasilnya sebesar 0,566. sebelumnya diketahui pada kuisioner yang disebar peneliti menggunakan skala maksimum sebesar 5, sehingga *customer satisfaction index* (CSI) :

$$CSI = \frac{WMT}{\text{Skala Maksimum}}$$

$$CSI = \frac{2,83}{5} = 0,566 \text{ atau } 56\%$$

**III. Importance Performance Analysis (IPA)**

Pengukuran IPA dijabarkan kedalam diagram kartesius yang tersaji pada tabel Gambar tersebut menunjukkan adanya sumbu X dan Y. Sumbu X merupakan nilai rata-ran tingkat kinerja, berdasarkan hasil perhitungan sumbu X memiliki nilai sebesar 0,566. sumbu Y merupakan nilai rata-ran kepentingan berdasarkan perhitungan . Untuk mengetahui secara jelas penempatan dari 18 kriteria pelayanan kualitas jasa yang telah dianalisa tersebut, maka 18 kriteria pelayanan tersebut akan dikelompokkan menjadi empat kuadran dapat dilihat pada gambar berikut



Gambar 2. Diagram Kartesius

**IV. Regresi Linier Berganda**

Tabel 3. Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi (b)	T	Sig	r <sup>2</sup>
1	Ralibility / kehandalan	0,068	8,772	0,002	0,070
2	Responsiveness / ketanggapan	0,104	5,676	0,003	0,045
3	Assurance / jaminan	0,155	4,674	0,004	0,027
4	Emphaty / perhatian	0,114	2,580	0,004	0,014
5	Tangibles / bukti langsung	0,191	7,997	0,005	0,010
R		0,780	F Change		11,878
R <sup>2</sup>		0,608	Sig F		0,001
Constanta		2,722	Durbin Watson		2,339
Standar Error		0,211			

## V. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil perhitungan dari *customer Satisfaction Index* (CSI) diketahui bahwa nilai CSI sebesar 0,566 atau 56% nilai tersebut berada pada interval 0,51 – 0,65 yang berarti konsumen merasa “cukup puas” terhadap kinerja apa yang telah dilakukan oleh pihak penyedia jasa pengiriman yaitu PT. Gaido Cito Ekakurindo Cabang Surabaya ini.
2. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) maka didapatkan bahwa terdapat 7 kriteria yang dianggap penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan PT. Gaido Cito Ekakurindo dianggap kurang memuaskan bagi konsumen. Ketujuh kriteria itu adalah : kemampuan menjaga piket yang dikirim dalam keadaan utuh (kriteria 4), petugas menunjukkan sikap ramah dan siap melayani (kriteria 6), kemampuan mendengarkan ketika pelanggan meminta pelayanan (kriteria 7), petugas selalu menunjukkan sikap percaya diri dan siap melayani pelanggan (kriteria 10), keramahan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo (kriteria 13), penampilan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo (kriteria 17), kebersihan dan keterampilan PT. Gaido Cito Ekakurindo (kriteria 18). Dari hasil diatas menunjukkan bahwa nilai-nilai yang sangat penting dan ini dapat diperkuat dengan adanya hasil regresi nilai yang sangat berpengaruh yang perlu diperbaiki dan dari hasil regresi menunjukkan bahwa variabel *tangible* sangat berpengaruh yaitu atribut 17 (penampilan karyawan PT. Gaido Cito Ekakurindo) dan 18 (kebersihan dan keterampilan PT. Gaido Cito Ekakurindo).
3. Dari hasil penelitian pengaruh variable-variabel terhadap kepuasan konsumen secara parsial, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *tangibles*/kehandalan  $t_{hitung} (8,772) >$  dari  $t_{tabel} (2,005)$  maka  $H_0$  ditolak, maka variabel *tangibles*/kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan *responsiveness* / ketanggapan memiliki nilai  $t_{hitung} (5,676) >$  dari  $t_{tabel} (2,005)$  maka  $H_0$  ditolak, berarti nilai variabel *responsiveness* / ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. *assurance* / jaminan memiliki nilai  $t_{hitung} (4,674) >$  dari  $t_{tabel} (2,005)$  maka  $H_0$  diterima maka variabel *assurance* / jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan untuk variabel *emphaty* / perhatian memiliki nilai  $t_{hitung} (2,580) >$  dari  $t_{tabel} (2,005)$  maka  $H_0$  ditolak maka variabel *emphaty* / perhatian ini berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan sedangkan untuk variabel *tangibles* / bukti langsung memiliki nilai  $t_{hitung} (7,997) >$  dari  $t_{tabel} (2,005)$  maka  $H_0$  ditolak, maka variabel ini tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aryani Dwi dan Rosinta Febriana. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Depok: Program Studi Ilmu Administrasi Departemen FISIP, Universitas Indonesia.
- [2] Donoriyanto Sukma Dwi. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual dan QFD di PT. Apas*. Surabaya: Teknik Industri FTI-UPN Jatim.
- [3] Dwiwinarsih Rina. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bakmi Aisy Di Depok*. Bandung: Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- [4] Edy Wibowo Agung. *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*
- [5] Irawan, H. 2003. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [6] Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Control Jilid I*. Jakarta: Edisi Kesembilan. PT Prenhallindo Jakarta.
- [7] Marianah Dewi. *Kontribusi Kepuasan Kerja dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah*. Bandung: Universitas Gunadarma.
- [8] Marliana, Sonya dan Dharmastiti, Rini. 2008. *Integrasi SERVQUAL dan QFD Untuk meningkatkan Kualitas Layanan Angkutan Massa Trans Jogja*. Jogjakarta: Jurusan Teknik Mesin dan Industri, Fakultas, Teknik, UGM.
- [9] Parasuraman, A. V. A. Zeithaml dan L.L. Berry, 1998, *SERVQUAL : A Multiplane Item Scale For Measuring Consumers Preceptions Of Service Quality*, *Journal Of Retailing*, Vol.64, No. 1.

- 
- [10] Saidani, Basrah dan Arifin, Samsul. 2012, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- [11] Singarimbun, M., & Effendi, S. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES Sriwidodo Untung. *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah*.
- [12] Subanidja Steph. 2007. *Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan*. Jakarta: Program Pascasarjana Perbanas.
- [13] Suharsimi Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian*, Edisi Revisi VI, Rineka Cipta, Jakarta.
- [14] Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta, Jakarta.
- [15] Tjiptono, F . 2004. *Prinsip-prinsip Total Quality Service* . PT. Andi Ofset. Yogyakarta
- [16] Tjiptono, F., Chandra, G. 2005. *Service, Quality dan Satisfaction*. Jogjakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.