

## Pengaruh Kualitas Jasa dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Kencana Medan

Azizah Hanum<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Dharmawangsa Medan

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received December 22, 2023

Revised December 30, 2023

Accepted December 30 2023

Available online January 30, 2024

#### Keywords:

Kualitas Jasa, Pelayanan Prima, Kepuasan Konsumen



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2024 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

### ABSTRACT

Dalam era globalisasi sekarang ini maka kondisi yang terjadi sudah jauh sekali berubah, masyarakat sudah tumbuh dalam dan berkembang dalam suasana yang begitu terbuka. Berbagai informasi bisa diperoleh dengan cepat, dan berbagai keputusan bisa dilakukan dengan mudah. Kondisi ini tidak terkecuali pada saat transaksi bisnis mengikutkan diperganakkannya valuta asing sebagai alat pembayaran. Para manajer keuangan berusaha kuat dengan menerapkan berbagai formula mampu menempatkan dan memperkirakan kestabilan valas secara konstan dalam suatu kurun waktu akuntansi. Penelitian dilakukan di PT. Kencana Medan adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan nilai tukar uang asing atau biasa disebut valas. PT. Kencana Medan menyediakan berbagai jenis mata uang. Sebagai perusahaan terkemuka, PT. Kencana Medan terletak di Jalan Asia No. 606 Medan. Berdasarkan hasil penelitian pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas jasa dan pelayanan prima berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Itu dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  pada variabel kualitas jasa dan pelayanan prima lebih besar daripada  $t_{tabel}$ . Variabel yang mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel pelayanan prima karena nilai

koefisien regresinya lebih besar daripada variabel kualitas jasa. Berdasarkan hasil analisis di atas, diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $44,565 > 3,012$ ) yang menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Artinya, variabel kualitas jasa dan pelayanan prima berpengaruh signifikan positif secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen. Dari nilai koefisien determinasi (R Square) diketahui bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel kualitas jasa, e-marketing dan pelayanan prima sebesar 0,543 atau 54,3% sedangkan sisanya sebesar 45,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

### PENDAHULUAN

Dalam dunia perbankan di Indonesia telah terjadi perubahan yang cukup menarik yaitu bergesernya Dunia bisnis sudah mengubah konsep manajemen dari konvensional ke modern. Perubahan konsep tersebut adalah sebuah tuntutan zaman, jika perusahaan tidak menerapkan maka artinya perusahaan akan ditinggalkan oleh konsumen. Segala aktivitas bisnis bisa dilakukan dengan lebih sederhana tanpa ada beban dan tekanan, permasalahan hanya satu kecepatan dalam mengambil keputusan secara baik dan akurat. Valuta asing adalah mata uang yang berasal dari negara lain dan dipakai sebagai perhitungan untuk melihat nilai mata uang domestik ketika dikonversikan dengan mata uang asing tersebut. Seperti mata uang dollar Amerika Serikat dikonversi dengan rupiah, Yen Jepang dengan Rupiah, dan lain sebagainya. Pasar valuta asing atau yang sering disebut dengan istilah foreign exchange market merupakan pasar dimana transaksi valuta asing dilakukan baik antar negara maupun dalam suatu negara. Transaksi dapat dilakukan oleh suatu badan/ perusahaan atau secara perseorangan dengan berbagai tujuan. Dalam setiap kali melakukan transaksi valuta asing. Dalam setiap kali melakukan transaksi valuta asing, maka digunakan kurs (nilai tukar). Nilai tukar ini dapat berubah ubah sesuai kondisi dari waktu ke waktu yang disebabkan oleh berbagai faktor seperti faktor ekonomi dan politik.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen semakin besar. Persaingan yang semakin ketat, dimana banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utama dan diyakini sebagai kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa dengan harga bersaing. Pada umumnya harapan dari konsumen merupakan perkiraan/ keyakinan

\*Corresponding author

Email: [azizahhanum@dharmawangsa.ac.id](mailto:azizahhanum@dharmawangsa.ac.id)

konsumen tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan ini mendatangkan keuntungan karena biaya mendapatkan konsumen baru lima kali lebih tinggi daripada mempertahankan yang sudah ada. Kualitas pelayanan yang diukur berdasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen.

PT. Kencana Medan adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan nilai tukar uang asing atau biasa disebut valas. PT. Kencana Medan menyediakan berbagai jenis mata uang. Sebagai perusahaan terkemuka, PT. Kencana Medan terletak di Jalan Asia No. 606 Medan. Dalam operasionalnya, PT. Kencana mengalami peningkatan pembelian. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kepuasan konsumen yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan. Pelayanan prima juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. PT. Kencana Medan bisa dikatakan sebagai perusahaan yang berhasil jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, seperti sebagai karyawan maka harus memiliki tutur kata yang baik, berpenampilan yang menarik, harus benar-benar dalam melayani pelanggannya, sebagaimana tugasnya yang harus siap selalu melayani pelanggan yang memang memerlukannya. Bersikap jujur pada pelayanan agar dapat di percaya juga salah satu bentuk pelayanan prima.

### DEFENISI OPERASIONAL

1. Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.
2. Pelayanan prima adalah melayani sebagai melayani lebih dari yang diharapkan, dengan memberikan perhatian kepada waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, biaya, proses, dan kepuasan.
3. Kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.

### METODE PENELITIAN

#### Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT. Kencana, Jalan Asia No. 606 Medan. Waktu Penelitian dilakukan dari Bulan April sampai dengan Juli 2023.

#### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen pada PT. Kencana Medan yang melakukan jual beli produk dari bulan Januari 2023 sampai dengan Maret 2023 sebanyak 354 konsumen. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Sehingga sampel penelitian ini sebanyak 78 responden.

#### Teknik Analisis Data

##### Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena model ini berguna untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada. Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan konsumen  
 a = Konstanta  
 b<sub>1-2</sub> = Koefisien regresi variabel independen  
 X<sub>1</sub> = Variabel kualitas jasa  
 X<sub>2</sub> = Variabel pelayanan prima  
 e = Standard Error

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil penelitian Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur proporsi atau presentasi sumbangan variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas jasa (X<sub>1</sub>) dan pelayanan prima (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y). Koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Hal ini apabila R<sup>2</sup> = 0 menunjukkan ketidakmampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Bila R<sup>2</sup> mendekati 1 menunjukkan kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

#### Uji Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hipotesa dalam penelitian ini maka perlu dilakukan beberapa uji sebagai berikut :

### 1. Uji F

Uji F statistik menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima artinya bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Kriteria uji signifikansi simultan (Uji F) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $F > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa secara bersama-sama seluruh variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $F \leq 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima. Ini berarti bahwa secara bersama-sama seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### 2. Uji t

Uji t statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, jika nilai t statistik hitung lebih tinggi dibandingkan  $t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima. Hal ini menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Kriteria uji signifikansi individual (Uji t) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $t > 0,05$  maka hipotesis ditolak. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi  $t \leq 0,05$  maka hipotesis diterima. Ini berarti bahwa secara parsial seluruh variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Metode Persamaan Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda secara umum adalah:

$$Y = 1,208 + 0,210 X_1 + 0,408 X_2 + e$$

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.208	1.199		1.006	.317		
KUALITAS JASA	.210	.072	.252	2.927	.003	.825	1.212
PELAYANAN PRIMA	.408	.059	.595	6.926	.000	.825	1.212

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Koefisien 0,210 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas jasa ditingkatkan satu satuan maka dapat diikuti peningkatan variabel kepuasan konsumen sebesar 21%.

Koefisien 0,408 menunjukkan bahwa jika variabel pelayanan prima ditingkatkan sebesar satu satuan maka dapat diikuti oleh peningkatan variabel kepuasan konsumen sebesar 40%.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 <sup>a</sup>	.543	.531	1.678

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN PRIMA, KUALITAS JASA  
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Nilai R Square = 0,543 berarti hubungan antara variabel kualitas jasa dan pelayanan prima sebesar 54,3% Artinya hubungan yang erat antar variabel. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,543 berarti 54,3% kepuasan konsumen dijelaskan oleh variabel kualitas jasa dan pelayanan prima. Sedangkan 45,7% dapat dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pengujian Hipotesis

### 1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan Menggunakan Uji F

Hasil uji signifikansi simultan dapat dilihat tabel berikut :

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250,860	2	125,430	44,565	,000 <sup>a</sup>
	Residual	211,089	73	2,815		
	Total	461,949	77			
a. Predictors: (Constant), PELAYANAN PRIMA, KUALITAS JASA						
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						

Berdasarkan tabel diatas nilai  $F_{hitung}$  adalah  $44,565 > F_{tabel}$  3,12 dengan tingkat signifikan 0,00. Sedangkan tingkat kepercayaan ( $\alpha=0,05$ ). Maka terdapat pengaruh yang simultan antara kualitas jasa dan pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Pengujian Hipotesis secara Parsial Menggunakan Uji t

### a. Pengaruh $X_1$ terhadap Y

Variabel kualitas jasa memiliki nilai  $t_{hitung}$  2,927 >  $t_{tabel}$  1,665. Ini berarti  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kencana Medan.

### b. Pengaruh $X_2$ terhadap Y

Variabel pelayanan prima memiliki nilai  $t_{hitung}$  6,926 >  $t_{tabel}$  1,665. Ini berarti  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kencana Medan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas jasa dan pelayanan prima berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
2. Pelayanan prima merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen.

## REFERENSI

- Barata, Atep Adya. 2003. Dasar- Dasar Pelayanan Prima. Jakarta : Elex Media Kompetindo.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS 19. Cetakan Kelima. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Handi. 2008. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jilid Pertama. Jakarta. Penerbit: PT Prehalindo
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Maddy, Khairul. 2009, Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima, Jakarta ; Chama Digit.
- Pratomo & Shaff, Akhsin. 2000. Pelayanan Prima. Bandung: Angkasa Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi-III. Yogyakarta: Andi
- Yamit, Zulian. 2010. Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta. Ekonesia