

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
PADA PT. ASTRA MULTI FINANCE (AMF)
CABANG DENPASAR**

**Oleh :
GEDE SATRIA UTAMA**

Abstrak

Kemajuan ilmu dan teknologi menjadikan berkembangnya aktifitas-aktifitas perusahaan baik perusahaan dagang maupun perusahaan industri. Kemajuan ini juga terjadi pada perusahaan jasa. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya, perusahaan jasa tidak hanya memerlukan teknologi tetapi juga memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Kebutuhan akan mobilitas meningkat seiring dengan kebutuhan terhadap sarana mulai dari elektronik, perabot rumah tangga, peralatan komputer, furniture, dan alat transportasi. Persaingan pun tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang bergerak di dunia usaha. Saat ini PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar fokus pada pemberian pelayanan pembiayaan pada konsumen. Pembiayaan yang dimaksud adalah pembiayaan pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen yang diinginkan dengan sistem pembayaran angsuran secara berkala yang dibayarkan ke PT. AMF oleh konsumen. PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar sebagai pembiaya kebutuhan konsumen seperti elektronik, perabot rumah tangga, peralatan komputer, dan furnitur menanggapi kebutuhan tersebut dengan memperkenalkan skema pembiayaan yang mudah dan terjangkau tapi mampu memberikan keuntungan yang maksimal dan nyaman bagi jutaan konsumen diseluruh negeri. Pertumbuhan didunia usaha yang sangat pesat, sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan-perusahaan yang ada. Rumusan masalah yang ada adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar serta tujuan yang ingin dicapai untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar. Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar.

Lokasi penelitian adalah PT Astra Multi Finance cabang Denpasar. Obyek penelitian adalah Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode *interview*, observasi dan studi dokumentasi. Setelah data terkumpul semua maka data tersebut dianalisa menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini kualitas layanan jasa yang telah diberikan oleh PT. Astra Multi Finance (AMF) kepada konsumennya dinilai telah memuaskan mereka, pembuktiannya terlihat dalam diagram kartesius, dimana sebagian besar faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada di sebelah kanan garis. Oleh karena itu pembuktian bahwa para konsumen telah merasa puas atas layanan jasa PT. Astra Multi Finance (AMF).

Kata Kunci : Tingkat Kepuasan, Kualitas Pelayanan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu dan teknologi menjadikan berkembangnya aktifitas-aktifitas perusahaan baik perusahaan dagang maupun perusahaan industri. Kemajuan ini juga terjadi pada perusahaan jasa. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya, perusahaan jasa tidak hanya memerlukan teknologi tetapi juga memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Kebutuhan akan mobilitas meningkat seiring dengan kebutuhan terhadap sarana mulai dari elektronik, perabot rumah tangga, peralatan komputer, furniture, dan alat transportasi . Persaingan pun tidak dapat dihindari oleh setiap perusahaan yang bergerak di dunia usaha. Pertumbuhan didunia usaha yang sangat pesat, sehingga terjadi persaingan yang sangat ketat diantara perusahaan-perusahaan yang ada.

Terciptanya kepuasan konsumen dan dapat terjadi hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen, memberikan dasar yang baik pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomodasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. *Survey* kepuasan konsumen di lakukan melalui penelitian *survey* untuk memperoleh tanggapan-tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari konsumen dan memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan telah menaruh perhatian kepada konsumen (Tjiptono,2007 : 35).

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Tjiptono, 2007 :70). Beberapa faktor yang menjadi penentu kualitas pelayanan adalah : bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) (Tjiptono, 2007 :70).

1.2 Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan masukan-masukan dalam kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen dan dapat diprioritaskan untuk pembenahan dalam setiap pelayanan agar konsumen merasa puas dan trus mengenal kita.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Kegiatan pemasaran harus dikoordinasikan dan dikelola dengan cara yang baik, maka dikenal manajemen pemasaran. Karenanya dipandang manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2009 : 5).

2.1.2 Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul membandingkan kinerja/hasil produk yang dipikirkan kinerja/hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan pelanggan, mereka tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler dan Keller, 2009:177).

2. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen

Mengidentifikasi, mengukur kepuasan konsumen suatu perusahaan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Tjiptono, 2008 :148-150) :

- a. Sistem keluhan dan saran
- b. Survei kepuasan pelanggan
- c. *Lost customer analysis*
- d. *Ghost shopping (mystery shopping)*
- e. *Sales-related methods*

2.1.3 Pentingnya Kepuasan Konsumen

Sikap perusahaan yang memperhatikan kepuasan konsumen akan memperoleh beberapa manfaat pokok, yaitu reputasi perusahaan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, memungkinkan terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.1.3 JASA

1. Pengertian Jasa

Menurut Djaslim Saladin (2004:134) pengertian jasa adalah sebagai berikut: “jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan suatu. Proses produksinya mungkin dan mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.”

2. Karakteristik Jasa

Jasa mempunyai empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran yaitu:

- a. Tidak berwujud (*intangibility*),
- b. Jasa mempunyai sifat tidak berwujud
- c. Tidak dapat dipisahkan (*inspirability*)
- d. Berubah-ubah (*variability*)
- e. Mudah lenyap (*perishability*)

2.1.4 Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa atau pelayanan, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2008:51).

2. Manfaat Kualitas Pelayanan

Manfaat kualitas pelayanan adalah (Tjiptono,2008:55):

- a. Loyalitas pelanggan yang lebih besar
- b. Pangsa pasar yang lebih besar
- c. Harga saham yang lebih tinggi

3. Dimensi kualitas pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan meliputi (tjiptono,2008:273) :

1. Bukti langsung (*tagibles*),
2. Keandalan (*reliability*),
3. Daya tanggap (*responsiveness*),
4. Jaminan (*assurance*),
5. Empati (*emphaty*),

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Astra Multi Finance Cabang Denpasar yang beralamat jalan teuku umar barat no 46 A.

2. Obyek Penelitian

Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah Tingkat Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan.

3.2 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan enam variabel, terdiri dari lima variabel bebas (tingkat kepuasan konsumen) dan satu variabel terikat (kualitas pelayanan).

3.3 Definisi Operasional Variabel

Mendefinisikan suatu variabel yang terkait dengan obyek penelitian maka dibuat beberapa pengertian batasan operasional, yaitu :

1. Kualitas pelayanan
2. Tingkat kepuasan konsumen

3.4 Jenis Data

Menurut jenisnya, data dalam penelitian ini ada 2 yaitu :

1. Data Kualitatif
2. Data Kuantitatif

3.5 Sumber Data

Menurut sumbernya, data dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data Primer
2. Data Sekunder

3.6 Populasi dan Sampel

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus slovin (Umar, 2007:108), yaitu :

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

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu: observasi, wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Kuantitatif

Sumber data penelitian ini adalah penarikan data primer yang mempergunakan kuesioner, dimana data yang diperoleh bersifat kualitatif yang sulit untuk dilakukan perhitungan.

1. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, maka digunakan rumus indeks kepuasan konsumen. Rumus (Tjiptono, 2008 :

$$I_{kj} = \sum_{i=1}^n I_i (P_{ij} - H_{ij})$$

2. Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja (*Importance-Performance Analysis*)

$$T_{ki} = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\%$$

- a. Indikator-indikator yang terletak pada garis X, merupakan penilaian tingkat kinerja masing-masing indikator.

\bar{X} dihitung dengan rumus (Supranto, 2007 : 241):

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

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

- b. Indikator-indikator yang terletak pada garis Y, merupakan penilaian tingkat kepentingan masing-masing indikator.

Y dihitung dengan rumus (Supranto, 2007:241): $\sum Y_i$

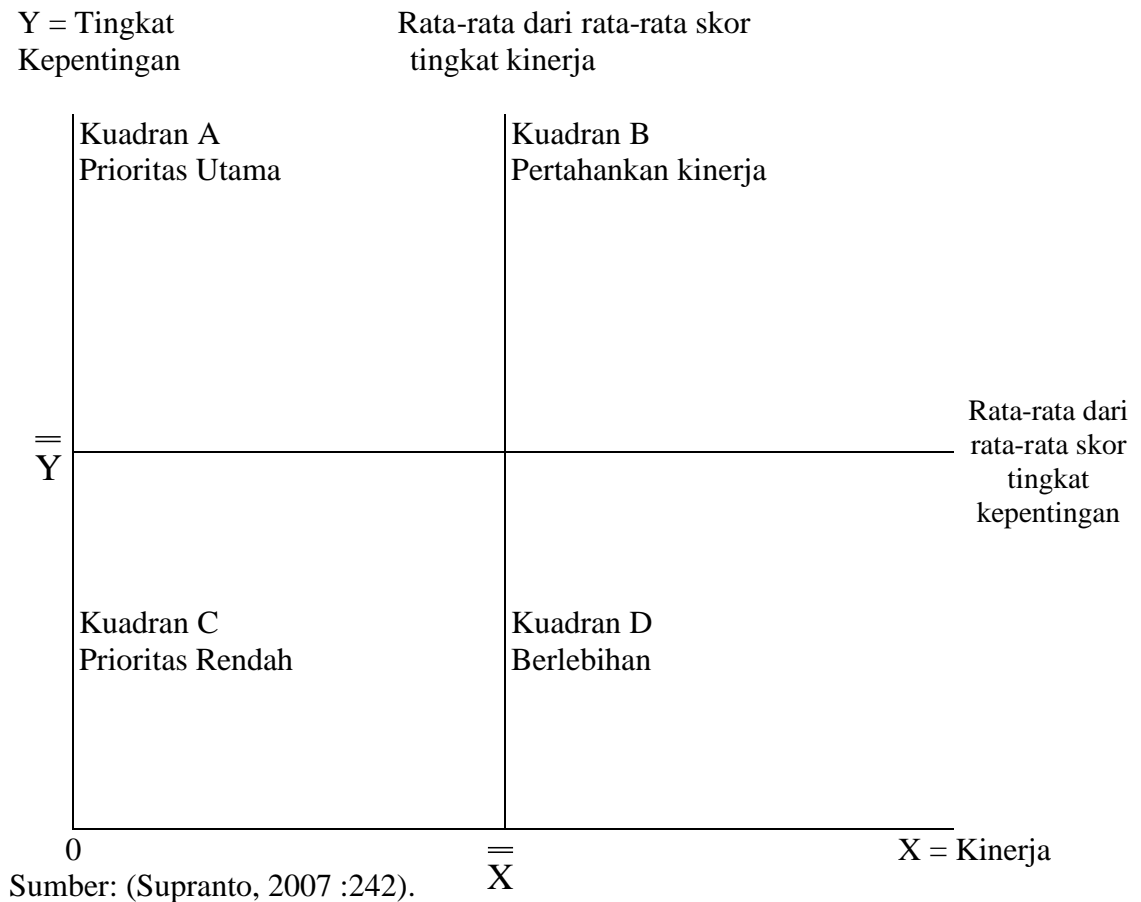
$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

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

3. Analisis Diagram Kartesius

Sumbu mendatar (X) diisi 'rata-rata skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu (Y) diisi rata-rata skor tingkat kepentingan. Lebih jelasnya diagram kartesius dari atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut

Gambar 3.1 Diagram Kartesius dari Atribut-atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen



3.8.2 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang digunakan untuk melengkapi analisis kuantitatif yaitu dengan membuat uraian dari hasil penelitian dan menyajikan hasil penelitian tersebut dalam bentuk yang baik sehingga mendapatkan gambaran tentang hasil penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data dan Pembahasan

1. Analisis Kuantitatif
 - a. Analisis tingkat kepentingan dan kinerja

Tabel 5.2 Hasil Penilaian Kuisisioner Tingkat Harapan (*Expectation*) terhadap Kualitas Pelayanan pada PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar

Faktor-faktor	Hasil Penilaian Tingkat Harapan (org)					Skor
	SS (5)	S (4)	CS (3)	KS (2)	SKS (1)	
A. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)						
1. Lokasi di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	32 (5)	23 (4)	46 (3)	-	-	390
2. Kebersihan, kerapian serta kenyamanan ruangan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	24 (5)	24 (4)	52 (3)	-	-	372
3. Kebersihan dan kerapian karyawan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	20 (5)	35 (4)	45 (3)	-	-	375
4. Kelengkapan fasilitas penunjang di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	30 (5)	58 (4)	22 (3)	-	-	448
5. Arsitektur bangunan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	30 (5)	33 (4)	37 (3)	-	-	393
						1.978
B. Keandalan (<i>Reability</i>)						
1. Prosedur penerimaan konsumen yang tidak berbelit-belit	29 (5)	28 (4)	53 (3)	-	-	416
2. Tersedianya jasa pelayanan yang siap membantu bila dibutuhkan.	35 (5)	35 (4)	30 (3)	-	-	405
3. Ketepatan waktu dalam melayani konsumen	44 (5)	36 (4)	20 (3)	-	-	424
4. Kemampuan seluruh karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik	43 (5)	37 (4)	20 (3)	-	-	423
5. Kemampuan manajer dalam memberikan pelayanan yang baik	40 (5)	25 (4)	35 (3)	-	-	405
						2073
C. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
1. Jasa Informasi yang diberikan oleh PT Astra Multi Finance (AMF)	40 (5)	40 (4)	20 (3)	-	-	420
2. Kemampuan manager dan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	20 (5)	35 (4)	45 (3)	-	-	375
3. Kecepatan karyawan pada saat konsumen membutuhkan jasa	30 (5)	30 (4)	40 (3)	-	-	390
4. Kesiapan untuk membantu konsumen	30 (5)	40 (4)	30 (3)	-	-	400
5. Keramah-tamahan staf dalam menyambut konsumen yang datang	30 (5)	35 (4)	35 (3)	-	-	395
						1980
D. Jaminan (<i>Assurance</i>)						
1. Ketrampilan manager staf memberikan jasa	38 (5)	27 (4)	35 (3)	-	-	403
2. Ketrampilan rata-rata seluruh staf memberikan jasa kepada konsumen	46 (5)	40 (4)	24 (3)	-	-	462
3. Jaminan keamanan yang diberikan oleh PT Astra Multi	44 (5)	22 (4)	23 (3)	-	-	377

	Finance (AMF)	(5)	(4)	(3)			
4.	Jaminan akomodasi yang diberikan oleh perusahaan	35 (5)	25 (4)	40 (3)	-	-	395
5.	Jaminan kenyamanan yang diberikan perusahaan	47 (5)	35 (4)	28 (3)	-	-	459
							2096
E. Empati (<i>Empathy</i>)							
1.	Perhatian khusus yang diberikan oleh staf kepada setiap konsumen	35 (5)	30 (4)	40 (3)	-	-	415
2.	Perhatian yang telah diberikan oleh staf terhadap keluhan konsumen	45 (5)	28 (4)	27 (3)	-	-	418
3.	Jasa yang diberikan oleh staf kepada konsumen tanpa memandang status sosialnya	41 (5)	20 (4)	39 (3)	-	-	402
4.	Staf memahami kebutuhan konsumen	42 (5)	38 (4)	20 (3)	-	-	422
5.	Staf membantu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan konsumen	35 (5)	40 (4)	25 (3)	-	-	410
							2067
Total							10.194

Sumber: Lampiran 1A dan lampiran 2A

Tabel 5.3 Hasil penilaian kuisioner tingkat kinerja (*Performance*) terhadap kualitas pelayanan PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar

Faktor-faktor	Hasil Penilaian Tingkat Kinerja					Skor	
	SB (5)	S (4)	CB (3)	KB (2)	SKB (1)		
a. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)							
1.	Lokasi di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	54 (5)	42 (4)	4 (3)	-	-	450
2.	Kebersihan, kerapian serta kenyamanan ruangan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	50 (5)	38 (4)	12 (3)	-	-	438
3.	Kebersihan dan kerapian karyawan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	42 (5)	50 (4)	8 (3)	-	-	434
4.	Kelengkapan fasilitas penunjang di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	50 (5)	42 (4)	8 (3)	-	-	442
5.	Arsitektur bangunan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	52 (5)	36 (4)	12 (3)	-	-	440
							2.204
b. Keandalan (<i>Reability</i>)							
1.	Prosedur penerimaan konsumen yang tidak berbelit-belit	40 (5)	28 (4)	32 (3)	-	-	408
2.	Tersedianya jasa pelayanan yang siap membantu bila dibutuhkan.	32 (5)	52 (4)	16 (3)	-	-	416
3.	Ketepatan waktu dalam melayani konsumen	38 (5)	46 (4)	16 (3)	-	-	422
4.	Kemampuan seluruh karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik	40 (5)	50 (4)	10 (3)	-	-	430
5.	Kemampuan manajer dalam memberikan pelayanan yang baik	38 (5)	48 (4)	10 (3)	-	-	420
							2.096
c. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)							
1.	Jasa Informasi yang diberikan oleh PT Astra Multi Finance (AMF)	40 (5)	38 (4)	22 (3)	-	-	418
2.	Kemampuan manager dan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	30 (5)	50 (4)	14 (3)	2 (2)	2 (1)	398

3.	Kecepatan karyawan pada saat konsumen membutuhkan jasa	16 (5)	48 (4)	34 (3)	1 (2)	-	379
4.	Kesiapan untuk membantu konsumen	14 (5)	28 (4)	48 (3)	-	-	356
5.	Keramah-tamahan staf dalam menyambut konsumen yang datang	16 (5)	50 (4)	32 (3)	1 (2)	-	380
							1.931
d. Jaminan (<i>Assurance</i>)							
1.	Ketrampilan manajer staf memberikan jasa	18 (5)	30 (4)	52 (3)	-	-	366
2.	Ketrampilan rata-rata seluruh staf memberikan jasa kepada konsumen	20 (5)	32 (4)	48 (3)	-	-	372
3.	Jaminan keamanan yang diberikan oleh PT Astra Multi Finance (AMF)	28 (5)	56 (4)	16 (3)	-	-	412
4.	Jaminan akomodasi yang diberikan oleh perusahaan	20 (5)	28 (4)	52 (3)	-	-	369
5.	Jaminan kenyamanan yang diberikan perusahaan	38 (5)	34 (4)	28 (3)	-	-	410
							1.928
e. Empati (<i>Empathy</i>)							
1.	Perhatian khusus yang diberikan oleh staf kepada setiap konsumen	16 (5)	50 (4)	34 (3)	-	-	382
2.	Perhatian yang telah diberikan oleh staf terhadap keluhan konsumen	38 (5)	16 (4)	40 (3)	-	-	386
3.	Jasa yang diberikan oleh staf kepada konsumen tanpa memandang status sosialnya	40 (5)	34 (4)	26 (3)	-	-	414
4.	Staf memahami kebutuhan konsumen	14 (5)	30 (4)	56 (3)	-	-	358
5.	Staf membantu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan konsumen	30 (5)	46 (4)	24 (3)	-	-	406
							1.946
Total							10.105

Tabel 5.4 Hasil Penilaian kuisisioner Tingkat Kepentingan (*Importance*) terhadap Kualitas PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar

Faktor-faktor	Hasil Penilaian Tingkat Kepentingan					Skor	
	SP (5)	P (4)	CP (3)	KP (2)	SKP (1)		
A. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)							
1.	Lokasi di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	74 (5)	10 (4)	16 (3)	-	-	458
2.	Kebersihan, kerapian serta kenyamanan ruangan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	60 (5)	26 (4)	14 (3)	-	-	446
3.	Kebersihan dan kerapian karyawan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	56 (5)	38 (4)	6 (3)	-	-	450
4.	Kelengkapan fasilitas penunjang di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	60 (5)	34 (4)	6 (3)	-	-	454
5.	Arsitektur bangunan di PT. Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	62 (5)	32 (4)	6 (3)	-	-	456
							2.264
B. Keandalan (<i>Reability</i>)							
1.	Prosedur penerimaan konsumen yang tidak berbelit-belit	44 (5)	40 (4)	8 (3)	-	-	428
2.	Tersedianya jasa pelayanan yang siap membantu bila dibutuhkan.	54 (5)	30 (4)	8 (3)	-	-	438
3.	Ketepatan waktu dalam melayani konsumen	60 (5)	24 (4)	8 (3)	-	-	444

		(5)	(4)	(3)			
4.	Kemampuan seluruh karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik	50	42	8	-	-	442
		(5)	(4)	(3)			
5.	Kemampuan manajer dalam memberikan pelayanan yang baik	52	28	20	-	-	432
		(5)	(4)	(3)			
							2.184
C. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)							
1.	Jasa Informasi yang diberikan oleh PT Astra Multi Finance (AMF)	48	34	18	-	-	430
		(5)	(4)	(3)			
2.	Kemampuan manajer dan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	60	28	12	-	-	448
		(5)	(4)	(3)			
3.	Kecepatan karyawan pada saat konsumen membutuhkan jasa	80	16	4	1	-	476
		(5)	(4)	(3)	(2)		
4.	Kesiapan untuk membantu konsumen	46	28	26	-	-	420
		(5)	(4)	(3)			
5.	Keramah-tamahan staf dalam menyambut konsumen yang datang	64	24	12	-	-	452
		(5)	(4)	(3)			
							2.226
D. Jaminan (<i>Assurance</i>)							
1.	Ketrampilan manajer staf memberikan jasa	42	28	30	-	-	412
		(5)	(4)	(3)			
2.	Ketrampilan rata-rata seluruh staf memberikan jasa kepada konsumen	42	38	20	-	-	422
		(5)	(4)	(3)			
3.	Jaminan keamanan yang diberikan oleh PT Astra Multi Finance (AMF)	58	42	-	-	-	458
		(5)	(4)				
4.	Jaminan akomodasi yang diberikan oleh perusahaan	54	26	20	-	-	434
		(5)	(4)	(3)			
5.	Jaminan kenyamanan yang diberikan perusahaan	50	20	10	-	-	440
		(5)	(4)	(3)			
							2.163
E. Empati (<i>Empathy</i>)							
1.	Perhatian khusus yang diberikan oleh staf kepada setiap konsumen	26	52	22	-	-	404
		(5)	(4)	(3)			
2.	Perhatian yang telah diberikan oleh staf terhadap keluhan konsumen	70	22	8	-	-	462
		(5)	(4)	(3)			
3.	Jasa yang diberikan oleh staf kepada konsumen tanpa memandang status sosialnya	42	40	18	-	-	424
		(5)	(4)	(3)			
4.	Staf memahami kebutuhan konsumen	38	50	12	-	-	426
		(5)	(4)	(3)			
5.	Staf membantu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan konsumen	40	36	24	-	-	416
		(5)	(4)	(3)			
							2.132
	Total						10.969

Adapun rumus yang dipergunakan adalah :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Rumus untuk menghitung skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Rumus selanjutnya :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

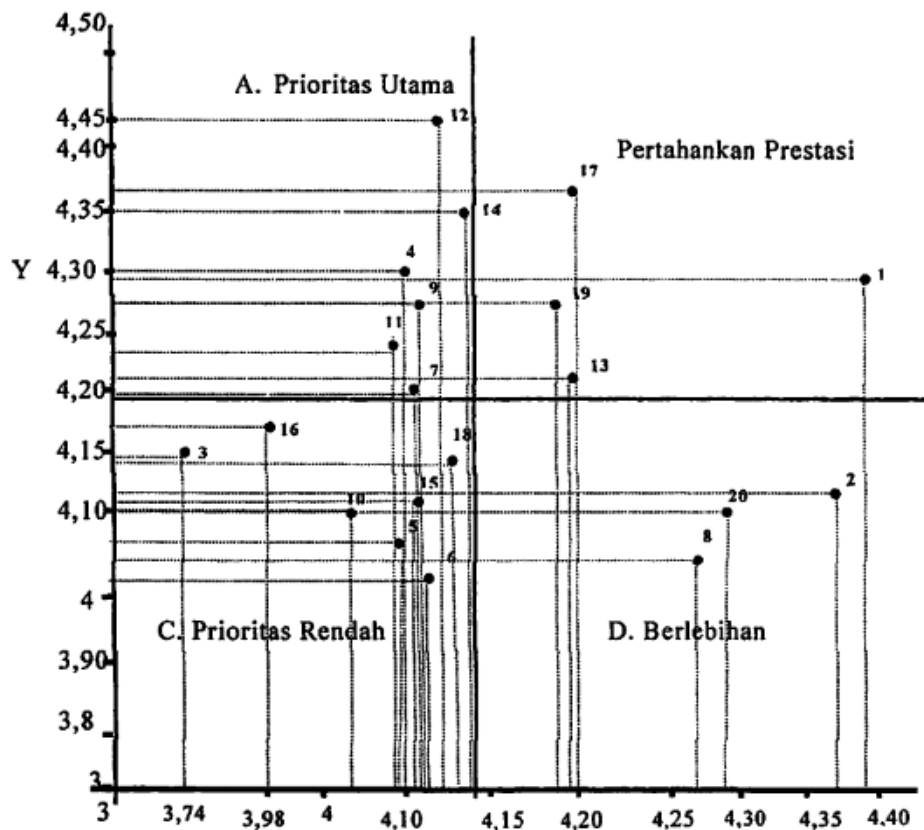
b. Analisis dan Pembahasan setiap Faktor / Atribut

Tabel 4.11
Perhitungan rata-rata penilaian kinerja, tingkat kepentingan, serta tingkat kesesuaian faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Astra Multi Finance (AMF)

No.	Faktor / Atribut	Penilaian Kinerja	Penilaian Kepentingan	X	Y	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Lokasi di PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	450	468	4,50	4,58	96,15
2	Kebersihan, kerapian serta kenyamanan ruangan PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	438	446	4,38	4,46	98,21
3	Kebersihan, kerapian karyawan PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar saat melayani konsumen	434	450	4,34	4,50	96,44
4	Kelengkapan fasilitas penunjang PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	442	454	4,42	4,54	97,35
5	Arsitektur Bangunan PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar	440	456	4,40	4,56	96,49
6	Prosedur penerimaan konsumen yang tidak berbelit-belit	408	428	4,08	4,28	95,33
7	Tersedianya jasa kesehatan yang siap membantu bila dibutuhkan.	416	438	4,16	4,38	94,97
8	Ketepatan waktu	422	444	4,22	4,44	95,05
9	Kemampuan seluruh staff dalam memberikan pelayanan yang baik	430	442	4,30	4,42	97,28
10	Kemampuan manajer dalam memberikan pelayanan yang baik	420	432	4,20	4,32	97,22
11	Jasa Informasi yang diberikan oleh PT Astra Multi Finance (AMF)	418	430	4,18	4,30	97,21
12	Kemampuan manager dan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	402	448	3,98	4,48	88,83
13	Kecepatan karyawan pada saat konsumen membutuhkan jasa	378	476	3,79	4,76	79,62
14	Kesiapan untuk membantu konsumen	356	420	3,56	4,20	84,76
15	Keramah-tamahan staf dalam menyambut konsumen yang datang	380	452	3,80	4,52	84,07
16	Ketrampilan manajer staf memberikan jasa	366	412	3,66	4,12	88,83
17	Ketrampilan rata-rata seluruh staf memberikan jasa kepada konsumen	372	422	3,72	4,22	88,15
18	Jaminan keamanan yang diberikan oleh PT Astra Multi Finance (AMF)	412	458	4,12	4,58	89,95
19	Jaminan akomodasi yang diberikan oleh perusahaan	368	434	3,69	4,34	85,02
20	Jaminan kenyamanan yang diberikan perusahaan	410	440	4,10	4,40	93,18
21	Perhatian khusus yang diberikan oleh staf kepada setiap konsumen	382	402	3,82	4,04	94,55

22	Perhatian yang telah diberikan oleh staf terhadap keluhan konsumen	386	462	3,86	4,62	83,55
23	Jasa yang diberikan oleh staf kepada konsumen tanpa memandang status sosialnya	414	424	4,14	4,24	97,64
24	Staf memahami kebutuhan konsumen	358	426	3,58	4,26	84,04
25	Staf membantu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan konsumen	406	416	4,06	4,16	97,59

Gambar 4.1
 Diagram Kartesius
 Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen
 Pada PT Astra Multi Finance (AMF)



Sumber : Hasil Penelitian yang telah diolah

Tabel 4.12
Tingkat kesesuaian dan prioritas faktor-faktor yang berpengaruh terhadap
tingkat kepuasan konsumen pada PT. Astra Multi Finance (AMF)
Tahun 2008

Faktor No.	Faktor-faktor / Atribut	Tingkat Kesesuaian (%)	Prioritas
13	Kecepatan karyawan pada saat konsumen membutuhkan jasa	79,62	1
22	Perhatian khusus yang diberikan oleh karyawan kepada setiap konsumen	83,55	2
24	Karyawan perusahaan memahami kebutuhan konsumen	84,04	3
15	Keramahan karyawan dalam menyambut konsumen yang datang	84,07	4
14	Kesiapan untuk memantau konsumen	84,76	5
19	Jaminan yang diberikan oleh perusahaan	85,02	6
17	Keterampilan manajer serta karyawan memberikan jasa	88,15	7
16	Ketrampilan manajer serta karyawan senior dalam memberikan jasa	88,83	8
12	Kemampuan manajer dan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	88,83	9
18	Jaminan keamanan yang diberikan perusahaan	89,95	10
20	Jaminan kenyamanan yang diberikan perusahaan	93,18	11
7	Tersedia jasa	94,97	12
21	Perhatian khusus yang diberikan oleh karyawan perusahaan terhadap keluhan konsumen	94,55	13
8	Ketepatan waktu	95,05	14
6	Prosedur penerimaan konsumen yang tidak berbelit-belit	95,33	15
1	Lokasi PT. Astra Multi Finance (AMF)	96,15	16
3	Kebersihan, kerapian penampilan karyawan PT. Astra Multi Finance (AMF)	96,44	17
5	Arsitektur bangunan PT. Astra Multi Finance (AMF)	96,49	18
11	Jasa informasi yang diberikan PT. Astra Multi Finance (AMF)	97,21	19
10	Kemampuan manajer dan karyawan memberikan pelayanan	97,22	20
9	Kemampuan seluruh karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik	97,28	21
4	Kelengkapan fasilitas penunjang PT. Astra Multi Finance (AMF)	97,35	22
23	Jasa yang diberikan oleh karyawan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosialnya	97,64	23

25	Karyawan perusahaan membantu memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan konsumen	97,59	24
2	Kebersihan, kerapian serta kenyamanan ruangan PT. Astra Multi Finance (AMF)	98,21	25

Sumber : Hasil penelitian yang telah diolah

5.2 Skor Indeks Kepuasan Total

1. Skor indeks kepuasan total minimum:
 $100 \times 25 \times 5 [(5 \times 25) - (1 \times 25)] = 12.500 \times (125 - 25) = 1.250.000$
2. Skor indeks kepuasan total minimum:
 $100 \times 25 \times 5 [(1 \times 25) - (1 \times 25)] = 12.500 \times (25 - 125) = - 1.250.000$
3. Diketahui rentang skor indeks kepuasan konsumen yaitu
 $1.250,0 - (-1.250.000) = 2.500.000$
4. Didapat interval kelas kategori kepuasan dengan cara membagi rentang skor dan kelas kategori. Oleh karena tingkat kepuasan diklasifikasikan menjadi 5 (lima), maka interval kelas kategori kepuasan konsumen adalah:
 $2.500.000 : 5 = 500.000$
5. Jadi kriteria skor untuk kategori indeks kepuasan konsumen adalah:

Total Skor	Klasifikasi
- 1.250.000 sampai dengan - 750.000	Sangat tidak puas
- 750.000 sampai dengan - 250.000	Tidak puas
- 250.000 sampai dengan 250.000	Kurang puas
250.000 sampai dengan 750.000	Puas
750.000 sampai dengan 1.250.000	Sangat puas

5.3 Analisis Skor

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar, maka digunakan analisis skor. Analisis skor menurut (Fandy Tjiptono, 2006:100) adalah pengukuran yang dilakukan dengan sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan. Rumusnya adalah:

$$\text{Skor Kualitas} = I \times (P - E)$$

Berdasarkan jawaban responden pada kuisioner penilaian harapan, penilaian kinerja dan penilaian kepentingan terhadap kualitas pelayanan pada PT Astra Multi Finance (AMF) Cabang Denpasar, maka dapat dilakukan perhitungan indeks kepuasan total analisis skor yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Analisis skor} &= \sum I \times (\sum P - \sum E) \\ &= 10.969 \times (10.194 - 10.105) \\ &= 976.241 \end{aligned}$$

Jadi indeks kepuasan konsumen sebesar 976.241 Dimana nilai ini terletak diantara kisaran 750.000 sampai dengan 1.250.000. Hal ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen berada pada kriteria sangat puas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari pembahasan mengenai faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Astra Multi Finance (AMF), dapat disimpulkan sebagai berikut :

Sebagai besar kualitas layanan jasa yang telah diberikan oleh PT. Astra Multi Finance (AMF) kepada konsumennya dinilai telah memuaskan mereka, pembuktiannya terlihat dalam diagram kartesius, dimana sebagian besar faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berada di sebelah kanan garis. Oleh karena itu pembuktian bahwa para konsumen telah merasa puas atas layanan jasa PT. Astra Multi Finance (AMF).

B. Saran-saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu :

1. Hendaknya pihak perusahaan perlu meningkatkan kinerja para stafnya dalam hal kecepatan staf perusahaan pada saat konsumen membutuhkan jasa, dengan demikian konsumen yang datang dapat ditangani dengan lebih mudah dan cepat karena segala sesuatu yang berhubungan dengan kedatangan konsumen sudah dapat dipersiapkan oleh pihak perusahaan. Hal ini penting supaya dalam pelaksanaannya para konsumen tidak terlalu lama menunggu untuk dilayani.
2. Hendaknya pihak perusahaan perlu meningkatkan kinerja stafnya dalam menangani keluhan konsumen hal ini merupakan unsur yang sangat penting diinginkan oleh konsumen dan membawa image yang baik bagi perusahaan.
3. Hendaknya keramahan staf perusahaan dalam menyambut konsumen yang datang perlu ditingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Djaslim Saladin, 2004, Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, Penerbit Mandar Maju, Bandung.
- Fandy Tjiptono, 2007, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit Andi, 2001, Offset, Yogyakarta.
- _____,2001. Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Husein Umar, 2007, Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Mursid, 2008. Manajemen Pemasaran. Cetakan Keempat. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Philip Kotler, 2009, Manajemen Pemasaran, Marketing Manajemen, GE, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Jilid II, Penerbit Prehalindo, Jakarta, 1998.
- _____, 1998, Manajemen Pemasaran, Marketing Manajemen GE, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Jilid II, Penerbit Prehallindo, Jakarta.
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung, Alfabeta.
- Supranto, J, 2007, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta.