

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Karang Hias (Coral) di CV. Bali Samudra Anugrah

Mage'virawati<sup>1\*</sup>, Andi Baso Adil Natsir<sup>2</sup>, Yusri Muhammad Yusuf<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan, Indonesia

[magevira24@gmail.com](mailto:magevira24@gmail.com)<sup>1\*</sup>

Alamat: Jalan Poros Makassar – Parepare Km. 83, Mandalle, Makassar, Indonesia

Korespondensi penulis [magevira24@gmail.com](mailto:magevira24@gmail.com)

**Abstract.** *Service quality management is certainly important in today's increasingly competitive business world. This, of course, is inseparable from the competition of business people in providing services that are guided by meeting customer needs that are able to exceed customer expectations. Customers who meet their needs and feel that the service provided by the service provider exceeds what they expect, then there will be a sense of satisfaction having used the service from the provider. The purpose of this study is to find out the influence of the quality of ornamental corals and how much the service quality affects customer satisfaction in CV. Bali Samudra Anugrah. The type of research used is Quantitative. The data sources used came from Primary Data and Secondary Data with the research methods used, namely questionnaires, literature studies and observations. Results of research on the impact of service quality on customer satisfaction in CV. Bali Samudra Anugrah, concluded that there is a significant influence between service quality and customer satisfaction. Based on several test results such as simple linear regression analysis, it was found that the variables of service quality and customer satisfaction showed a positive relationship. The results of this research analysis also show that each variable makes a great contribution to customer satisfaction. Based on several test results such as simple linear regression analysis, it was found that the variables of service quality and customer satisfaction showed a positive relationship. The results of this research analysis also show that each variable makes a great contribution to customer satisfaction.*

**Keywords** Service Quality, Customer Satisfaction, Customer loyalty

**Abstrak.** Pengelolaan kualitas layanan jasa tentu menjadi penting pada dunia bisnis yang semakin kompetitif seperti saat ini. Hal ini tentu saja tidak terlepas dari saling berlombanya para pelaku bisnis dalam memberikan layanan yang berpedoman pada pemenuhan kebutuhan pelanggan yang mampu melampaui harapan para pelanggan. Pelanggan yang terpenuhi kebutuhannya dan merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa melebihi apa yang diharapkannya, maka akan muncul suatu rasa puas telah menggunakan layanan jasa dari pihak penyedia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas karang hias dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bali Samudra Anugrah. Jenis penelitian yang digunakan yaitu Kuantitatif. Sumber data yang digunakan berasal dari Data Primer dan Data Sekunder dengan metode penelitian yang digunakan yaitu kuesioner, studi Pustaka dan observasi. Hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bali Samudra Anugrah, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa uji hasil seperti analisis regresi linear sederhana didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang positif. Hasil dari analisis penelitian ini juga menunjukkan setiap variabel memberikan kontribusi yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa uji hasil seperti analisis regresi linear sederhana didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang positif. Hasil dari analisis penelitian ini juga menunjukkan setiap variabel memberikan kontribusi yang besar terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

## **1. LATAR BELAKANG**

Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak. (Fahtira, 2020)

Kualitas layanan jasa yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Rohaeni & Marwa, 2018). Pasuraman dalam Jazuli & Samanhudi (2020) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal". Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Mandiri & Metekohy, 2021).

Pengelolaan kualitas layanan jasa tentu menjadi penting pada dunia bisnis yang semakin kompetitif seperti saat ini. Pelanggan yang terpenuhi kebutuhannya dan merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa melebihi apa yang diharapkannya, maka akan muncul suatu rasa puas telah menggunakan layanan jasa dari pihak penyedia. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan Zeithaml dan Bitner (1996) dalam (Achmad, 2020) bahwa "faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa".

Kepuasan pelanggan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan dari banyak aspek. Kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor manusia. (Febri et al., 2019). Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Pelanggan adalah

orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya, orang yang membawa kita kepada keinginannya dan orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Karang hias adalah salah satu ekosistem paling produktif dan beragam di bumi serta memberikan banyak jasa ekosistem (Taofiqurohman et al., 2021). Karang hias menjadi salah satu komoditas yang sangat penting bagi kehidupan ekosistem di perairan laut. Ekosistem karang hias mempunyai manfaat baik secara ekologi maupun sosial. Karang hias selain bermanfaat bagi ekosistem laut dan pendidikan, juga dapat bermanfaat dalam bidang pariwisata yaitu wisata bahari. Potensi dari karang hias selain dikembangkan secara langsung dapat juga dikembangkan untuk diekspor. Karang hias adalah salah satu komoditas yang dapat diperdagangkan di pasar internasional serta memiliki nilai jual yang sangat tinggi.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalami mengenai aspek pelayanan yang menjadi selling value pengaruhnya terhadap kepuasan Pelanggan. Kita percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah usaha. Dari latar belakang diatas tersebut, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas karang hias di CV. Bali Samudra Anugrah dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karang hias di CV. Bali Samudrah Anugrah.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Definisi kualitas seperti terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dimaknai sebagai tingkah baik buruknya sesuatu. Sebagaimana dikemukakan oleh Goeth dan Davis dalam (Putri & Afriansyah, 2019) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. Meskipun kata kualitas memiliki banyak definisi yang diterima secara universal. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Achmad, 2020).

Menurut Kotler dalam (Jan, 2019) pelayanan/jasa adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik, namun bisa juga tidak. Karakteristik jasa pelayanan adalah: (1) Tidak dapat diraba (*intangibility*), (2) Tidak dapat di simpan (*inability to inventory*), (3) Produksi dan konsumsi secara bersama, (4) Memasukinya lebih mudah, dan (5) Sangat di pengaruhi oleh factor dari luar. Karakteristik jasa pelayanan tersebut di atas akan menentukan

definisi kualitas jasa pelayanan dan model kualitas jasa pelayanan. Mendefinisikan kualitas jasa pelayanan membutuhkan pengetahuan dari beberapa disiplin ilmu seperti : pemasaran, psikologi, dan strategi bisnis. (Febri et al., 2019)

Kualitas harus diawali dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri pada persepsi pelanggan. Hal tersebut memberi arti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi dari pengguna jasa atau pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman, informasi lisan dari mulut ke mulut, dan promosi. Menurut Kotler dan Keller dalam (Prihandoyo, 2019) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya. Dalam mendapatkan tujuan keuntungan yang sesuai, perusahaan dituntut untuk membuat strategi dalam mempertahankan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan. Menurut (Jan, 2019) ada beberapa strategi yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, di antaranya: (1) Relationship Marketing, (2) Strategi Superior Customer Service, (3) Strategi Unconditional Guarantees/Extraordinari Guarantees, dan (4) Strategi Penanganan Keluhan yang Efektif.

Tipe-tipe kepuasan pelanggan dan ketidakpuasan pelanggan Strauss dan Neuhaus dalam Tjiptono & Chandra (2016) membedakan tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi spesifikasi terhadap penyediaan jasa, ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok jasa dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa yang bersangkutan. Kepuasan konsumen akan muncul setelah konsumen mengalami tahapan pembelian atau menggunakan jasa dari penyedia jasa. Dalam tahap purna beli inilah konsumen akan mencoba merasakan bagaimana ekspektasi yang didapatkan dari produk atau jasa dibandingkan dengan harapan konsumen. Bila konsumen merasa produk atau layanan sesuai dengan harapan bahkan melebihi konsumen akan cenderung berkata puas telah menggunakan atau telah membeli baik produk maupun jasa, begitu pula sebaliknya.

### **3. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka yang sifatnya dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah menggunakan metode statistik. Data Kuantitatif diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan karang hias (*Coral*) di CV. Bali Samudra Anugrah. Penelitian ini dilaksanakan di Penyumbahan, Desa Les, Kecamatan

Tejakula, Kabupaten Buleleng, Bali. Lokasi tersebut dipilih karena merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspor impor karang hias di Bali. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan yaitu mulai Juli sampai Desember 2023.

Ada dua metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini yakni: metode simak (observasi) dan metode cakap (wawancara). Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yaitu dengan membagikan sejumlah pertanyaan melalui *google form* ataupun media kuesioner ke pelanggan karang hias CV. Dalam penelitian ini data primer didapatkan melalui wawancara dan kuesioner kepada responden tentang permasalahan yang diteliti yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Data penelitian ini yaitu berupa buku, dokumen-dokumen, artikel-artikel, situs internet, kepustakaan, jurnal baik berupa teori maupun data yang berhubungan permasalahan dalam penelitian.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik rekam dan catat. Rancangan penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif adalah data yang berwujud angka-angka, yaitu data kualitatif yang telah dikuantitatifkan melalui skala likert. Sedangkan metode kualitatif adalah penelitian yang perlu dilakukan sesuai suatu masalah diteliti secara kuantitatif, tetapi belum terungkap penyelesaiannya. Teknik yang diambil peneliti adalah menggunakan Teknik analisis kuantitatif deskriptif yang akan dipaparkan dalam bentuk angka-angka sehingga mudah dimengerti maknanya, untuk mempermudah menganalisis data menggunakan program SPSS (*Statistical Packet for Sosial Science*) 23 for Windows.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Responden yang berkontribusi dalam segi usia yang paling besar adalah 44-50 tahun berjumlah 9 responden atau 42,9%. Untuk jumlah responden paling sedikit yaitu pada usia 29-34 tahun dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dengan persentase sebanyak 4,8%. Jumlah responden paling banyak adalah sebanyak 17 orang yaitu bekerja sebagai wirausaha dengan persentase sebesar 81%. Sedangkan untuk jumlah paling sedikit yaitu mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 4 orang dengan jumlah persentase sebesar 19%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan wirausaha mendominasi menjadi pelanggan karang hias di CV. Bali Samudra Anugrah.

Dari 21 responden yang dijadikan sampel, jumlah responden paling banyak adalah sebanyak 20 orang yaitu berjenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 95,2%. Sedangkan untuk jumlah paling sedikit yaitu perempuan dengan jumlah responden sebanyak 1 orang dengan jumlah persentase sebesar 4,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang

berjenis kelamin laki-laki mendominasi menjadi pelanggan karang hias di CV. Bali Samudra Anugrah.

Dari 21 responden yang dijadikan sampel, jumlah responden paling banyak adalah sebanyak 10 orang yaitu berasal dari negara USA dengan persentase sebesar 47,6%. Kemudian responden yang berasal dari negara Singapore sebanyak 6 orang dengan persentase 28,6%. Sedangkan untuk jumlah paling sedikit yaitu asal negara Hongkong dengan jumlah responden sebanyak 5 orang dengan jumlah persentase sebesar 23,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang berasal dari negara USA mendominasi menjadi pelanggan karang hias di CV. Bali Samudra Anugrah.

CV. Bali Samudra Anugrah merupakan salah satu perusahaan swasta ekspor yang bergerak dibidang budidaya karang hias di daerah Bali. Perusahaan ini dirikan oleh Agus Joko Supriyatno yang telah beroperasi sejak tahun 2014 berlokasi di Banjar Penyumbahan, Desa Les, Kecamatan Tejakula, Kabupaten Buleleng. CV. Bali Samudra Anugrah terdaftar dengan nomor akta 13 pada tanggal 7 November 2013 serta nomor NPWP yang terdaftar 03.323.766.0-902.00. CV. Bali Samudra Anugrah memiliki tempat penangkaran karang berlokasi di Pantai Les, Kecamatan Tejakula, Kabupaten Buleleng dan Pantai Jungut Batu, Lembongan, Kecamatan Nusa Penida, Kabupaten Klungkung.

## **Analisis Data**

### **Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid jika berhasil uji  $R \text{ hitung} \geq R \text{ tabel}$ . Dalam pengujian ini dilakukan dengan menggunakan data dari 21 responden. Diketahui  $N (df-2) : 21-2 = 19$  dan  $\alpha = 5\%$ , maka  $R \text{ tabel} = 0.4329$ . Berikut tabel validitas variabel X.

**Tabel 1.** Rangkuman Test Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>R (hitung)</b>	<b>R (tabel)</b>	<b>Keterangan</b>
1.	Pernyataan 1	0.626	0.4329	Valid
2.	Pernyataan 2	0.485	0.4329	Valid
3.	Pernyataan 3	0.762	0.4329	Valid
4.	Pernyataan 4	0.831	0.4329	Valid
5.	Pernyataan 5	0.774	0.4329	Valid

*Sumber : Data Di Olah 2024*

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  dengan sampel

sebanyak 21 responden yaitu dengan 0.4329. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator dari variabel X tersebut adalah valid.

**Tabel 2.** Rangkuman Test Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

No.	Pernyataan	R (hitung)	R (tabel)	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0.682	0.4329	Valid
2.	Pernyataan 2	0.927	0.4329	Valid
3.	Pernyataan 3	0.437	0.4329	Valid
4.	Pernyataan 4	0.764	0.4329	Valid
5.	Pernyataan 5	0.877	0.4329	Valid

*Sumber : Data Di Olah 2024*

Berdasarkan dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel dengan sampel sebanyak 21 responden yaitu 0.4329. Dari hasil tersebut diketahui bahwa semua indikator dari variabel Y tersebut adalah valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Suatu variabel akan dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $\geq 0,60$ . Pengujian reliabilitas ini menggunakan Cronbach Alpha dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3.** Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1.	X (Kualitas Pelayanan)	0.79	0.60	Valid
2.	Y (Kepuasan Pelanggan)	0.77	0.60	Valid

*Sumber : Data Di Olah 2024*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa hasil dari uji reliabilitas variabel X (kualitas pelayanan) dan Y (kepuasan pelanggan) menghasilkan nilai Cronbach Alpha  $\geq 0,60$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan adalah reliabel.

### Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

**Tabel 4.** Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X)				Jumlah
		4	3	2	1	
1.	Memiliki fasilitas yang memadai	3	18	-	-	66
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>12</b>	<b>54</b>	-	-	

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARANG HIAS  
(CORAL) DI CV. BALI SAMUDRA ANUGRAH**

2.	Petugas yang handal dalam melayani pelanggan	6	15	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>24</b>	<b>45</b>	-	-	<b>69</b>
3.	Petugas yang cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	6	15	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>24</b>	<b>45</b>	-	-	<b>69</b>
4.	Kemampuan petugas dalam menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan	6	15	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>24</b>	<b>45</b>	-	-	<b>69</b>
5.	Kemampuan petugas dalam menerima keluhan pelanggan	7	14	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>28</b>	<b>42</b>	-	-	<b>70</b>
<b>Total Bobot Skor</b>		<b>112</b>	<b>231</b>	-	-	<b>343</b>

*Sumber : Data Di Olah 2024*

Berdasarkan data di atas, didapatkan untuk pernyataan 1 memiliki total nilai bobot 66 dengan nilai jawaban sangat setuju 3 dan jawaban setuju sebanyak 18. Sehingga dapat diketahui bahwa pihak CV. Bali Samudra Anugrah mampu memberikan fasilitas yang memadai.

Pernyataan 2 memiliki total nilai bobot sebanyak 69, dengan jawaban sangat setuju jumlah 6 dan jawaban setuju sejumlah 15. Sehingga dapat diketahui bahwa pihak CV. Bali Samudra Anugrah handal dalam melayani pelanggan. Pernyataan 3 memiliki total nilai bobot sebanyak 69, dengan jawaban sangat setuju jumlah 6 dan jawaban setuju sejumlah 15. Sehingga dapat diketahui bahwa pihak CV. Bali Samudra Anugrah cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan.

Pernyataan 4 memiliki total nilai bobot sebanyak 69, dengan jawaban sangat setuju jumlah 6 dan jawaban setuju sejumlah 15. Sehingga dapat diketahui bahwa pihak CV. Bali Samudra Anugrah mampu menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan. Pernyataan 5 memiliki total nilai bobot sebanyak 70, dengan jawaban sangat setuju jumlah 7 dan jawaban setuju sejumlah 14. Sehingga dapat diketahui bahwa pihak CV. Bali Samudra Anugrah mampu menerima keluhan dari pelanggan.

Jadi dapat dilihat bahwa dari 5 pernyataan di atas untuk nilai total bobot paling besar yaitu pada pernyataan 5 dengan total nilai bobot sebesar 70, dan total nilai bobot paling rendah yaitu pada pernyataan 1 dengan nilai total bobot sebesar 66. Berdasarkan dari rekapitulasi tanggapan responden di atas terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) maka jumlah total skor sebesar 343. Untuk mengetahui nilai tertinggi dan nilai terendah dapat dilihat berikut :

$$\text{Nilai tertinggi} = 5 \times 4 \times 21 = 420$$

$$\text{Nilai terendah} = 5 \times 1 \times 21 = 105$$



Untuk mencari nilai intervalnya adalah :

$$\frac{\text{Skor nilai maksimal} - \text{skor nilai minimal}}{\text{skor}} = \frac{420 - 105}{4} = 78,75$$

Sedangkan untuk mengetahui tingkat kategori nilai dapat dilihat di bawah ini :

**Sangat Baik = 420 – 341**

Baik = 340 – 261

Tidak Baik = 260 - 181

Berdasarkan hasil tanggapan rekapitulasi tersebut, diketahui bahwa tingkat kategori variabel kualitas pelayanan berada pada kategori sangat baik. Kriteria penilaian ini berdasarkan jumlah nilai yang berada pada **420 – 341** . Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah mewakili atas variabel kualitas pelayanan di CV. Bali Samudra Anugrah.

### Rekapitulasi Tanggapan Responden tentang Kepuasan Pelanggan

**Tabel 5.** Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden tentang Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X)				Jumlah
		4	3	2	1	
1.	Rasa puas terhadap produk yang ditawarkan	4	17	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>16</b>	<b>51</b>	-	-	<b>67</b>
2.	Rasa puas terhadap produk yang ditawarkan sehingga merekomendasikan ke orang lain	9	12	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	-	-	<b>72</b>
3.	Rasa puas dengan pelayanan yang diberikan	7	14	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>28</b>	<b>42</b>	-	-	<b>70</b>
4.	Menjadi pelanggan tetap	10	11	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>40</b>	<b>33</b>	-	-	<b>73</b>
5.	Variasi warna karang hias yang ditawarkan	8	13	-	-	
	<b>Nilai Bobot</b>	<b>32</b>	<b>39</b>	-	-	<b>71</b>
<b>Total Bobot Skor</b>		<b>152</b>	<b>201</b>	-	-	<b>353</b>

*Sumber : Data Di Olah 2024*

Berdasarkan data di atas, didapatkan untuk pernyataan 1 memiliki total nilai bobot 67 dengan nilai jawaban sangat setuju 4 dan jawaban setuju sebanyak 17. Sehingga dapat diketahui bahwa pihak CV. Bali Samudra Anugrah mampu memberikan rasa puas terhadap pelanggannya.

Pernyataan 2 memiliki total nilai bobot sebanyak 72, dengan jawaban sangat setuju jumlah 9 dan jawaban setuju sejumlah 12. Sehingga dapat diketahui bahwa pelanggan CV. Bali Samudra Anugrah puas terhadap produk yang diberikan sehingga mereka merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pernyataan 3 memiliki total nilai bobot sebanyak 70, dengan jawaban sangat setuju jumlah 7 dan jawaban setuju sejumlah 14. Sehingga dapat diketahui bahwa pelanggan CV. Bali Samudra Anugrah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh petugas.

Pernyataan 4 memiliki total nilai bobot sebanyak 73, dengan jawaban sangat setuju jumlah 10 dan jawaban setuju sejumlah 11. Sehingga dapat diketahui bahwa pelanggan CV. Bali Samudra Anugrah menjadi pelanggan tetap di perusahaan tersebut dikarenakan merasa puas. Pernyataan 5 memiliki total nilai bobot sebanyak 71, dengan jawaban sangat setuju jumlah 8 dan jawaban setuju sejumlah 13. Sehingga dapat diketahui bahwa pihak CV. Bali Samudra Anugrah memiliki variasi warna karang hias sehingga membuat pelanggan merasa puas akan produk tersebut.

Jadi dapat dilihat bahwa dari 5 pernyataan di atas untuk nilai total bobot paling besar yaitu pada pernyataan 4 dengan total nilai bobot sebesar 73, dan total nilai bobot paling rendah yaitu pada pernyataan 1 dengan nilai total bobot sebesar 67. Berdasarkan dari rekapitulasi tanggapan responden di atas terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) maka jumlah total skor sebesar 353. Untuk mengetahui nilai tertinggi dan nilai terendah dapat dilihat berikut :

$$\text{Nilai tertinggi} = 5 \times 4 \times 21 = 420$$

$$\text{Nilai terendah} = 5 \times 1 \times 21 = 105$$

Untuk mencari nilai intervalnya adalah :

$$\frac{\text{Skor nilai maksimal} - \text{skor nilai minimal}}{\text{skor}} = \frac{420 - 105}{4} = 78,75$$

Sedangkan untuk mengetahui tingkat kategori nilai dapat dilihat di bawah ini :

**Sangat Baik** = 420 – 341

Baik = 340 – 261

Tidak Baik = 260 - 181

Berdasarkan hasil tanggapan rekapitulasi tersebut, diketahui bahwa tingkat kategori variabel kualitas pelayanan berada pada kategori sangat baik. Kriteria penilaian ini berdasarkan jumlah nilai yang berada pada **420 – 341** . Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah mewakili atas variabel kepuasan pelanggan di CV. Bali Samudra Anugrah.

### **Hasil Uji Asumsi Klasik**

Nilai uji signifikansi berada di angka  $0.200 \geq 0.05$ . Berdasarkan dasar pengambilan keputusan di atas maka dinyatakan bahwa data penelitian ini sudah berdistribusi normal. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai toleransi sebesar 1.000 dan nilai VIF sebesar 1.000. Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai toleransi  $\geq 10$  dan nilai VIF variabel independent memiliki nilai  $\leq 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independent dan variabel dependen.

Tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi linear dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki nilai t hitung sebesar 11.995, dengan demikian nilai t hitung  $> t$  tabel ( $11.995 > 1.729$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada CV. Bali Samudra Anugrah.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Bali Samudra Anugrah, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa uji hasil seperti analisis regresi linear sederhana didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang positif. Hasil dari analisis penelitian ini juga menunjukkan setiap variabel memberikan kontribusi yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Disarankan kepada perusahaan agar tetap dipertahankan atau tetap meningkatkan perhatiannya kepada kebutuhan pelanggan dan agar lebih dapat memperbaiki fasilitas yang ada.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada

1. Kedua Orang Tua, Ayahanda (Alm) Doris dan Ibunda Waliana yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Andi Baso Adil Natsir, S.Pi., M.Si selaku Pembimbing I dan Dr. Yusri Muhammad Yusuf, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing II.
3. Ratnawati, SE., M.Si selaku penguji I dan Dr. Mauli Kasmi, S.Pi., M.Si selaku penguji II

4. Rekan rekan Mahasiswa Politeknis Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan terkhusus Program Studi Agribisnis Perikanan Angkatan 33 yang senantiasa membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan proposal skripsi.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Achmad, E. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Vespabox Kota Malang). *Skripsi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*, 7(1), 283.
- Fahtira, V. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)*. IAIN BENGKULU.
- Febri, E., Sudarwanto, T., & Prio Santoso, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bakso Mama 1 Jombang. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(2), 164–180. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i2.100>
- Jan, R. H. (2019). Analysis of Marketing Mix Implementation at Pt. Pegadaian of Malalayang Branch of City of Manado. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, 3(2).
- Jazuli, M., & Samanhudi, D. (2020). Analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode service quality (Servqual) dan importance performance analysis (IPA) di PT. XYZ. *JUMINTEN*, 1(1), 67–75.
- Mandiri, A., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 8(1).
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129.
- Putri, S. M., & Afriansyah, H. (2019). *Manajemen Mutu Terpadu Sebuah Inovasi Pendidikan*.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Taofiqurohman, A., Faizal, I., & Rizkia, K. A. (2021). Identifikasi kondisi kesehatan ekosistem terumbu karang di Pulau Sepa, Kepulauan Seribu. *Buletin Oseanografi Marina*, 10(1), 23–32.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*, 18–24.