

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Karang Hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan

Mirnawati<sup>1\*</sup>, Budiman Haruna<sup>2</sup>, Karma<sup>3</sup>

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

Alamat: Jl. Poros Makassar-Parepare, Sulawesi Selatan

Korespondensi penulis: [mirnaawtii@gmail.com](mailto:mirnaawtii@gmail.com)\*

**Abstract.** *This research aims to determine the effect of service quality on Karang Hias customer satisfaction at PT. Panorama Alam Tropika, South Jakarta. The sample used was 30 ornamental coral customers who purchased ornamental corals. The sampling technique in this research used a non-probability sampling method and a side purposive technique. Data collection was carried out using a questionnaire with a Likert scale. The analytical method used in this research is a simple regression analysis method with the SPSS 23 application. The research results based on (t test) show that service quality has a significant effect on customer satisfaction with a significance value of  $0.001 < 0.05$ . The results of the Coefficient of Determination test obtained an R Square of 0.931. This shows that the dependent variable of customer satisfaction is 93% influenced by the independent variable service quality, while 7% is influenced by other variables that have not been examined in this research.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction, PT. Panorama Alam Tropika*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Karang Hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan sebanyak 30 orang pelanggan karang hias yang melakukan pembelian karang hias. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dan dengan teknik *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana dengan aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,931. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 93% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, PT. Panorama Alam Tropika

### 1. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya (Pitoy et al., 2021)

Semakin banyaknya perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk atau jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya. Keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa (*service*),

kepuasan konsumen merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Dengan demikian masalah kualitas pelayanan (*servis quality*) penentuan harga membeli menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis saat ini (Afriansyah, 2020).

Menurut (Irwana, 2017) Pada era globalisasi ini dan masa dimana akan datang kompetisi yang terjadi sudah bersifat global dan adanya perubahan-perubahan kondisi ekonomi menyebabkan banyak organisasi dari bermacam-macam ukuran melakukan langkah restrukturisasi. Persaingan pasar dalam dunia internasional dan domestik semakin tajam dan ketat. Untuk itu banyak perusahaan yang saling bersaing demi mendapatkan loyalitas pelanggannya, dengan cara menetapkan tujuan perusahaan yaitu untuk memuaskan pelanggan dalam sisi pelayanan.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan dalam (Heni Rohaeni, 2021).

Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Noor, 2020).

PT. Panorama Alam Tropika merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan satwa diantaranya jenis koral yang tidak dilindungi undang-undang, dengan meningkatnya permintaan dari luar negeri maka PT. Panorama Alam Tropika turut berperan dalam mengembangkan komoditi ekspor non migas, salah satunya yaitu hasil dari alam atau hasil hutan non kayu berupa satwa atau koral. Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan ini dipimpin oleh seorang Direktur utama dan dibantu oleh beberapa orang ahli dibidang masing-masing serta didukung oleh sarana dan prasarana

yang dimiliki sehingga diharapkan perusahaan ini dapat melaksanakan kegiatan ekspornya ke negara-negara lain diluar negeri.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019), “definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa service quality atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Dalam memberikan Kualitas Pelayanan perusahaan juga harus memiliki prinsip untuk mewujudkannya, ada enam pokok prinsip pokok dalam kualitas Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2016) dalam (Andi Riyanto, 2018), yaitu :

- 1) Kepemimpinan, strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaannya.
- 2) Pendidikan, semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknis implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
- 3) Perencanaan, proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
- 4) Review, proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya konstan untuk mencapai tujuan kualitas.
- 5) Komunikasi, Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan oleh karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya. Seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.
- 6) Penghargaan dan pengakuan, penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian diberikan penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat

meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

Terdapat lima Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2019), yaitu:

1. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
2. *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun
5. *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Menurut Kotler (2021) dalam (Maulidiah et al., 2023), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar.

Fandy Tjiptono (2015) dalam (Andi Riyanto, 2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen didasarkan pada tiga teori utama yaitu :

1. *Contrast Theory* berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi para-pembelian. Apabila kinerja aktual lebih besar atau

sama dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Sebaliknya jika kinerja aktual lebih rendah dibandingkan ekspektasi maka konsumen akan tidak puas.

2. *Assimilation Theory* menyatakan bahwa evaluasi purna beli merupakan fungsi positif dari *ekspektasi* konsumen pra-pembelian. Karena proses dikonfirmasi secara psikologis tidak enak dilakukan konsumen cenderung secara perceptual mendistorsi perbedaan antara ekspektasi dan kinerjanya kearah ekspektasi awal. Dengan kata lain penyimpangan dari ekspektasinya cenderung akan diterima oleh konsumen yang bersangkutan.
3. *Assimilation – contrast Theory* beranggapan bahwa terjadinya efek asimilasi (*assilation effect*) atau efek kontras (*Contras effect*) merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja actual. Apabila kesenjangan besar, konsumen akan memperbesar gap tersebut, sehingga produk dipersepsikan jauh lebih bagus atau buruk dibandingkan dengan kenyataannya (sebagaimana halnya *contrast theory*). Namun jika kesenjangan tidak terlampau besar, *assimilation theory* yang berlaku. Dengan kata lain, jika rentang deviasi yang bias diterima (*acceptable deviations*) dilewati, maka kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja akan menjadi signifikan dan disitulah efek kontras berlaku.

Menurut Donni Juni Priansa (2017) dalam (Andi Riyanto, 2018) mendefinisikan bahwa terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Harapan (*Expectations*) terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang/jasa yang sesuai dengan harapan akan menyebabkan konsumen merasa puas.
2. Kinerja (*Performance*) pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.
3. Perbandingan (*Camparison*) hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.
4. Pengalaman (*Experience*) harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Pengalaman (Experience) harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Maka pelanggan akan merasa puas saat terjadi *confirmation* atau *disconfirmation*.

Menurut Purno Edwin Setyo (2017) indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Terpenuhinya harapan pelanggan;
2. Selalu menggunakan produk;
3. Merekomendasi ke orang lain;
4. Reputasi yang baik.

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. Manfaat karang hias secara ekologi adalah karang hias dapat sebagai tempat hidup serta sumber makanan bagi hewan laut lainnya, sumber keanekaragaman hayati yang memiliki ketahanan hidup yang lebih tinggi, melindungi ekosistem yang ada disekitarnya.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **Rancangan Penelitian**

Agar penelitian ini lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian. Pada penelitian ini tipe penelitian yang digunakan yaitu tipe penelitian deskriptif kuantitatif yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti, menginterpretasikan serta menjelaskan data secara sistematis. Dasar penelitian ini adalah survey, yaitu pembagian kuesioner kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian.

(Suci, 2020) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan

kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan.

Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Mengacu pada pendapat Sugiyono tersebut maka peneliti mengambil sampel sejumlah 30 responden.

### **Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa angket, yaitu kuisisioner dan juga peneliti itu sendiri. Dalam penelitian kuantitatif orang yang diteliti (responden) dapat mengisi sendiri kuisisioner tanpa kehadiran peneliti, umpamanya survei elektronik atau kuesioner yang dikirimkan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Suci, 2020) mengemukakan bahwa teknik pengumpulan data itu merupakan Cara yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian guna menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya :

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan studi pustaka.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2020) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh penulis. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen yang dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor dari setiap butir dengan skor totalnya.

## **Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2020) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.

## **Analisis Regresi Linier Sederhana**

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tak bebas (dependent). Uji regresi diperlukan untuk memperkirakan apakah ada pengaruhnya variabel bebas (independent) dengan variabel tak bebas (dependent) (Sugiyono, 2019).

### **Rumus:**

$$Y = a + b.X$$

### **Keterangan :**

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

## **Uji parsial (t)**

Uji T (Parsial) adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

### **Kriteria Pengujiannya:**

Jika nilai t hitung  $>$  t tabel, artinya berpengaruh secara parsial. Jika nilai thitung  $<$  t tabel, artinya tidak berpengaruh secara parsial.

## **Uji Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2021) uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model (variabel independen) dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi mendekati 1, artinya variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Sedangkan, nilai determinasi sebesar 0, artinya variabel-variabel independen hanya memberikan sedikit informasi untuk menjelaskan variasi variabel dependennya.



#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

##### 1. Deskripsi Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah salah satu perusahaan yang ada di Jakarta Selatan yaitu PT. Panorama alam Tropika.

**Tabel 1.** Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
Laki-Laki	21	67,74%
Perempuan	9	32,26%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Kuesioner Penelitian 2024*

Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa pelanggan karang hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 21 orang atau 67,74 % dan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 9 orang atau 32,26 % dari jumlah responden yang ada.

**Tabel 2.** Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	20 - 25 tahun	10	32,26%
2	25 - 30 tahun	11	38,71%
3	30 - 35 tahun	9	29,03%
4	Diatas 35 tahun	0	0%
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Kuesioner Penelitian 2024*

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa usia 20-25 tahun ada sebanyak 10 responden atau 32,26 %, usia 25-30 tahun ada 11 responden atau 38,71%, usia 30-35 ada sebanyak 9 responden atau 29,03 % dan usia diatas 35 tahun 0 responden

**Tabel 3.** Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Karyawan Swasta	5	16%
2	Wiraswasta	8	27%
3	Pengusaha koral	9	30%
4	Lainnya	8	27%
Total		30	100%

*Sumber : Dianalisis dari data primer 2024*

Berdasarkan table 4.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan swasta ada sebanyak 5 responden atau 16 %, wiraswasta ada 8 responden atau 27%, pengusaha koral ada sebanyak 9 responden atau 30% dan lainnya 8 responden atau 27%.

### Karakteristik Variabel Penelitian

#### a) Kualitas Pelayanan (X)

**Tabel 4.** Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Indikator Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan (X)					Jumlah	Presentase%
		STS	TS	N	S	SS		
1.	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1	2	3	4	5		
	Apakah kondisi peralatan atau perlengkapan karang hias seperti kolam, akuarium dll di PT. Panorama Alam Tropika baik dan layak digunakan?				4	26		
	<b>Nilai Bobot</b>				16	130	146	4,86%
2.	<i>Reliability</i> (Keandalan)				3	27		
	Apakah karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pelanggan?				12	135	147	4,90%
	<b>Nilai Bobot</b>				12	135	147	4,90%
3.	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)							
	Apakah Karyawan di PT. Panorama Alam Tropika cepat dalam menyelesaikan masalah		1	1	8	20		
	<b>Nilai Bobot</b>		2	3	32	100	137	4,56%
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)							
	Apakah PT. Panorama Alam Tropika menjamin keamanan dan kualitas produk karang hias				6	24		
	<b>Nilai Bobot</b>				24	120	144	4,80%
5.	<i>Empathy</i> (empati)							
	Apakah karyawan PT Panorama Alam Tropika memiliki toleransi seperti perubahan jadwal shipment pengiriman karang hias?				5	25		
	<b>Nilai Bobot</b>				20	125	145	4,83%
<b>Total Bobot Skor</b>			2	3	104	610	719	23,96%

*Sumber : Data Primer Diolah 2024*

Berdasarkan data di atas, didapatkan untuk pertanyaan 1 memiliki total nilai bobot 146 atau 4,86% dengan nilai jawaban setuju 4 dan jawaban sangat setuju sebanyak 26. Sehingga dapat diketahui bahwa karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pelanggan

Pertanyaan 2 memiliki total nilai bobot sebanyak 147 atau 4,90%, dengan jawaban setuju sejumlah 3 dan jawaban sangat setuju sejumlah 27. Sehingga dapat diketahui bahwa karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan pelanggan.

Pertanyaan 3 memiliki total nilai bobot sebanyak 137 atau 4,56%, dengan jawaban tidak setuju sebanyak 1, netral sebanyak 1, sebanyak setuju 8 dan sangat setuju sebanyak 20. Sehingga dapat diketahui bahwa karyawan di PT. Panorama Alam Tropika cepat dalam menyelesaikan masalah.

Pertanyaan 4 memiliki total nilai bobot sebanyak 144 atau 4,80%, dengan jawaban setuju jumlah 6 dan jawaban sangat setuju sejumlah 24. Sehingga dapat diketahui bahwa PT. Panorama Alam Tropika menjamin keamanan dan kualitas produk karang hias

Pertanyaan 5 memiliki total nilai bobot sebanyak 145 atau 4,83% dengan jawaban setuju jumlah 5 dan jawaban sangat setuju sejumlah 25. Sehingga dapat diketahui bahwa karyawan PT. Panorama Alam Tropika memiliki toleransi seperti perubahan jadwal shipment pengiriman karang hias.

Jadi dapat dilihat bahwa dari 5 pertanyaan di atas untuk nilai total bobot paling besar yaitu pada pertanyaan 1 dengan total nilai bobot sebesar 147, dan total nilai bobot paling rendah yaitu pada pernyataan 3 dengan nilai total bobot sebesar 137.

Berdasarkan dari rekapitulasi tanggapan responden di atas terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X) maka jumlah total skor sebesar 719. Untuk mengetahui nilai tertinggi dan nilai terendah dapat dilihat berikut :

$$\text{Nilai tertinggi} = 5 \times 5 \times 30 = 750$$

$$\text{Nilai terendah} = 5 \times 1 \times 30 = 150$$

Untuk mencari nilai intervalnya adalah :

$$\frac{\text{Skor nilai maksimal} - \text{skor nilai minimal}}{\text{skor}} = \frac{750 - 150}{5} = 720$$

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

$$\text{Sangat Baik} = 862 - 861$$

$$\text{Baik} = 720 - 203$$

$$\text{Tidak Baik} = 202 - 74$$

Berdasarkan hasil tanggapan rekapitulasi tersebut, diketahui bahwa tingkat kategori variabel kualitas pelayanan berada pada kategori baik. Kriteria penilaian ini berdasarkan jumlah nilai yang berada pada **720 – 202** . Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah mewakili atas variabel kualitas pelayanan di PT. Panorama Alam Tropika.

**b) Kepuasan Pelanggan (Y)**

**Tabel 5.** Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden Tentang Indikator Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan (X)					Jumlah	Presentase%
		STS	TS	N	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.	Terpenuhinya harapan pelanggan							
	Saya merasa yakin atas pelayanan yang diberikan di PT. Panorama Alam Tropika				5	25		
	<b>Nilai Bobot</b>				<b>20</b>	<b>125</b>	<b>145</b>	<b>4,83%</b>
2.	Reputasi yang baik							
	Saya selalu berminat untuk kembali membeli karang hias di PT. Panorama Alam Tropika		1		5	24		
	<b>Nilai Bobot</b>		<b>2</b>		<b>20</b>	<b>120</b>	<b>142</b>	<b>4,73%</b>
3.	Minat untuk menggunakan produk							
	Saya merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Panorama Alam Tropika				8	22		
	<b>Nilai Bobot</b>				<b>32</b>	<b>110</b>	<b>142</b>	<b>4,73%</b>
4.	Merekomendasikan untuk menggunakan produk							
	Apakah Anda bersedia merekomendasikan kepada orang lain mengenai kepuasan pelayanan pada produk karang hias di PT Panorama Alam Tropika?				5	25		
	<b>Nilai Bobot</b>				<b>24</b>	<b>125</b>	<b>149</b>	<b>4,96%</b>
<b>Total Bobot Skor</b>			<b>2</b>		<b>96</b>	<b>480</b>	<b>578</b>	<b>19,26%</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2024*

Berdasarkan data di atas, didapatkan untuk pertanyaan 1 memiliki total nilai bobot 145 atau 4,83% dengan setuju 5 jawaban dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 dan jawaban sangat setuju. Sehingga dapat diketahui bahwa selalu berminat untuk kembali membeli karang hias di PT. Panorama Alam Tropika.

Pernyataan 2 memiliki total nilai bobot sebanyak 142 atau 4,73%, dengan jawaban tidak setuju sejumlah 1, jawaban setuju sebanyak 5 dan jawaban sangat setuju sejumlah 24. Sehingga dapat diketahui bahwa pelanggan pelanggan selalu berminat untuk kembali membeli karang hias di PT. Panorama Alam Tropika.

Pernyataan 3 memiliki total nilai bobot sebanyak 142 atau 4,73%, dengan jawaban setuju sejumlah 8 dan jawaban setuju sejumlah 22. Sehingga dapat diketahui bahwa

pelanggan merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Panorama Alam Tropika.

Pernyataan 4 memiliki total nilai bobot sebanyak 149 atau 4,96%, dengan jawaban setuju jumlah 5 dan jawaban sangat setuju sejumlah 25. Sehingga dapat diketahui bahwa pelanggan Apakah Anda bersedia merekomendasikan kepada orang lain mengenai kepuasan pelayanan pada produk karang hias di PT. Panorama Alam Tropika.

Jadi dapat dilihat bahwa dari 4 pernyataan di atas untuk nilai total bobot paling besar yaitu pertanyaan 4 dengan total nilai bobot sebesar 149 atau 4,96%, dan total nilai bobot paling rendah yaitu pada pernyataan 2 dan 3 dengan nilai total bobot sebesar 142 atau 4,73%.

Berdasarkan dari rekapitulasi tanggapan responden di atas terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) maka jumlah total skor sebesar 578 atau 19,26%. Untuk mengetahui nilai tertinggi dan nilai terendah dapat dilihat berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} = 5 \times 5 \times 30 = 750$$

$$\text{Nilai terendah} = 5 \times 1 \times 30 = 150$$

Untuk mencari nilai intervalnya adalah :

$$\frac{\text{Skor nilai maksimal} - \text{skor nilai minimal}}{\text{skor}} = \frac{750 - 150}{5} = 720$$

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

$$\text{Sangat Baik} = 862 - 861$$

$$\text{Baik} = 720 - 203$$

$$\text{Tidak Baik} = 202 - 74$$

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 **720 - 203**. Hal ini berarti bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah mewakili atas variabel kepuasan pelanggan di PT. Panorama Alam Tropika.

## 2. Analisis Data

### a) Uji Validitas

Hasil dari perhitungan validitas pada tabel diatas dapat dilihat bahwa keseluruhan pernyataan kuesioner nilai r hitung > r tabel dan dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner dinyatakan valid.

**b) Uji Reliabilitas**

Nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel penelitian pada penelitian ini  $> 0.6$ , maka dapat dinyatakan reliabel.

**c) Uji Regresi Linier Sederhana**

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier sederhana di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier seperti berikut ini:

$$Y = 7,300 + 0,488 X$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresinya yang diestimasikan sebagai berikut:

1) Nilai konstanta ( $\square$ ) sebesar 7,300 artinya apabila variabel bebas kualitas pelayanan (X) dalam keadaan konstanta atau (0), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) nilainya sebesar 7,300. Artinya kualitas pelayanan tidak ada, pelanggan tidak akan puas.

2) Koefisien regresi kualitas pelayanan (b) sebesar 0,488 artinya setiap kenaikan satu variabel kualitas pelayanan (X) maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan naik sebesar 0,488 artinya apabila kualitas pelayanan tidak baik, maka pelanggan karang hias tidak akan puas. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan baik, maka pelanggan karang hias akan puas.

**d) Uji Parsial (t)**

Berdasarkan hasil Uji T di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.001. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karang hias di PT Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, diterima.

**e) Uji Koefisien Determinasi**

Berdasarkan tabel 4. di atas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,965 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,931 yang berarti 93% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas

pelayanan. Sisanya sebesar 7% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karang hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan**

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) karang hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan.

Indikator *Tangible* (Bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan fisik dari PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. Bukti fisik ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Indikator *Reliability* (Keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat semenjak saat pertama. Keandalan di sini merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Indikator *Responsiveness* (Ketanggapan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan komunikasi yang lancar. Daya tanggap di sini dapat berarti respon atau kesigapan

karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Indikator *Assurance* (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan tanggap PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan untuk membantu para pelanggan, seperti pelayanan sopan, trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai. Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para karyawan tanggap PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Indikator *Empathy* (Empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan oleh karyawan PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, seperti perhatian kepada pelanggan, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari lima indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, indikator yang paling dominan adalah Indikator *Reliability* (Kehandalan) berdasarkan hasil uji frekuensi indikator Pada tabel 4.7 Variabel *Reliability* (Kehandalan) mempunyai jumlah 147 atau 4,90% paling besar dibandingkan dengan indikator lainnya.

Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Maka dari



itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahtira Virdha Noor dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu)”, menunjukkan bahwa dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya akan terciptalah kepuasan pelanggan dan pelanggan yang puas akan melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis dapat menyimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karang hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan. Frekuensi indikator yakni *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil tanggapan responden yang didapat menunjukkan, indikator *reability* (keandalan) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian *tangibles* (bukti fisik), *Assurance* (asuransi), *emphaty* (empati), sementara *responsiveness* (keanggapan) menjadi indikator terendah yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Sehubungan telah dilakukan penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karang hias di PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan, maka sekiranya dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menjadikan PT. Panorama Alam Tropika menjadi lebih baik.

Pelayanan yang diberikan selama ini kepada pelanggan agar selalu ditingkatkan agar pelanggan semakin puas dan percaya kepada PT. Panorama Alam Tropika Jakarta Selatan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih yang sebesar-sebesarannya penulis ucapkan kepada berbagai pihak yang telah membantu memberikan dukungan, kritik serta saran dalam penyusunan jurnal ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

## DAFTAR REFERENSI

- Afriansyah, R. (2020). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Kyriad Muraya Banda Aceh (Metode Service Quality). *Jurnal Manajemen*, 2507(1), 1–9. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14803/>
- Heni Rohaeni, N., & Marwa. (2021). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Irwana, A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. di Makassar. *Management Analysis Journal*, 15(1), 62. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/3908-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/3908-Full_Text.pdf)
- Noor, F. V. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Herba Penawar Al Wahida Indonesia. *Applied Microbiology and Biotechnology*. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4807/1/SKRIPSI%20VIR%20OK.pdf>
- Pitoi, C. D., Tampi, J. R. E., Punuindoong, A. Y., Ilmu, J., Program, A., & Bisnis, S. A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado. *Productivity*, 2(1), 1–5. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32048>
- Suci, W. (2020). Pengaruh media pembelajaran terhadap hasil belajar Al-Islam di SMA Muhammadiyah 1 Gisting Kabupaten Tanggamus tahun pelajaran 2019/2020. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/1456/1/skripsi%20widyaPDFok%20-%20Perpustakaan%20IAIN%20Metro.pdf>