

## ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA DALAM MENGGUNAKAN JASA KONSTRUKSI CV AINI MAULANA KEDIRI

**Krisan Sisdiyantoro**

[sisdiyantorokrisan@gmail.com](mailto:sisdiyantorokrisan@gmail.com),

**Marendhika M.**

[eminarni944@gmail.com](mailto:eminarni944@gmail.com)

Fakultas Ekonomi Universitas Tulungagung

### Abstrak

Kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi setiap jenis usaha terutama usaha yang menawarkan jasa di mana tidak ada produksi rill yang diperjualbelikan secara langsung sebagai pemuas kebutuhan sebagaimana dalam usaha jenis lain yang menawarkan benda sebagai pemuasan kebutuhan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan secara tepat dengan menyesuaikan apa yang diharapkan pelanggan dalam hal bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan maupun empati yang tentunya berperan penting semua. Tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan kepuasan pengguna/pelanggan jasa terhadap kualitas pelayanan jasa konstruksi pada CV Aini Maulana di Kediri. Metode survei pendekatan deskriptif dilakukan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui kuesioner, sedangkan pengambilan sampelnya dengan teknik *random sampling* sejumlah 60 responden. Teknik analisis data menggunakan Indeks Kepuasan Pelanggan (*Costumer Satisfaction Index*), IPA (*Importance Performance Analysis*) dan Diagram Kartesius. Skor rata-rata kinerja dan skor rata-rata harapan yang dihasilkan penelitian ini masing-masing sebesar 4,27 dan sebesar 4,30. Kepuasan pengguna/pelanggan rata-rata atas kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kesesuaian (TKi) sebesar 99,12% (merasa cukup puas). Tingkat kinerja pelayanan jasa konstruksi CV Aini Maulana rata-rata masih dibawah harapan pelanggan/pengguna, berarti masih banyak memerlukan pembenahan. Melalui diagram kartesius berhasil memetakan kualitas pelayanan menjadi 4 bagian: (1) Kuadran A merupakan wilayah dengan anggapan faktor/atribut sangat penting bagi pengguna tetapi kenyataan kinerjanya masih kurang. Atribut dalam wilayah ini adalah sarana fasilitas fisik perusahaan (gedung, ruang tunggu, peralatan, perlengkapan, toilet, dan tempat parkir); (2) Kuadran B merupakan wilayah dengan anggapan faktor/atribut penting bagi pelanggan dimana anggapan kinerja sudah baik sesuai harapan. Atribut harus dipertahankan di kuadran ini; (3) Kuadran C sebagai wilayah dimana pengguna/pelanggan menganggap faktor/atribut ini kurang penting dan kurang memenuhi harapan dalam hal pelaksanaannya, tidak ada prioritas perbaikan kinerja oleh manajemen; (4) Kuadran D adalah faktor/atribut dengan anggapan kurang penting bagi pengguna/pelanggan namun dilaksanakan dengan baik bahkan cenderung agak berlebihan oleh perusahaan.

Kata kunci: Bukti nyata, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kinerja dan harapan layanan.

*Abstract*

*Customer satisfaction is very important for every type of business, especially businesses that offer services where no real production is traded directly to satisfy needs as in other types of businesses that offer objects to satisfy needs. Quality of service is an effort to meet the needs and desires of customers and the accuracy of delivery in balancing customer expectations including physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy, each of which has an equally important role. This study aims to describe the satisfaction of users / customers of services to the quality of construction services at CV Aini Maulana in Kediri. A survey method in this research with a descriptive approach. Data collection was carried out using a questionnaire, while sampling using random sampling by taking a sample of 60 respondents. Data analysis techniques using the Customer Satisfaction Index (Customer Satisfaction Index), IPA (Importance Performance Analysis) and Cartesian Diagrams. The results showed that the average score of performance was 4.27 and the average score of expectation was 4.30. The average user / customer satisfaction for service quality based on the level of conformity (TKI) of 99.12% (feeling quite satisfied). The level of performance of construction services CV Aini Maulana on average is still below the expectations of customers / users, meaning there are still many that need improvement. Through the Cartesian diagram successfully mapped the quality of service into 4 parts: (1) Quadrant A is an area that contains factors / attributes that are considered very important by users but the reality of their performance is still lacking. Attributes in this area are the complete physical facilities owned by the company (buildings, waiting rooms, equipment, equipment, toilets, and parking lots); (2) Quadrant B is an area that contains factors / attributes that are considered important by customers and in fact the performance is good as expected. The attributes included in this quadrant must be preserved; (3) Quadrant C shows the area that contains factors / attributes that are considered less important for users / customers and their implementation is considered not meeting the expectations of users / customers, in other words management does not prioritize to improve performance; (4) Quadrant D shows the factors / attributes that are located in this quadrant are considered less important by users / customers but the implementation has been done well by the company and even tends to be excessive.*

*Keyword: Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, performance, importance*

**PENDAHULUAN**

Tuntutan peningkatan kreativitas perusahaan yang tinggi sangat diperlukan untuk memenangkan ketatnya persaingan bisnis di era saat ini. Salah satu wujud kreativitas perusahaan yaitu bagaimana suatu produk/jasa dapat tepat sasaran sesuai pasarnya dan pelanggan semakin berminat yakni dengan menggunakan bauran ritel. Salah satu bauran ritel yang

memberikan kontribusi besar dalam era persaingan global adalah strategi produk/jasa melalui peningkatan kualitas pelayanan. Pelayanan dalam perusahaan jasa dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitasnya berdasarkan persepsi pengguna/pelanggan.

Perusahaan jasa konstruksi merupakan suatu usaha yang berkaitan dengan perencanaan, dilanjutkan pelaksanaan serta

pengawasan berkaitan dengan konstruksi pembentukan bangunan. Perusahaan di bidang konstruksi tentunya harus dapat mempertahankan atau meningkatkan kualitas jasa layanan dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan agar pelanggannya tidak beralih memakai jasa dari perusahaan lain. Suatu usaha dalam mempertahankan pelanggan yaitu dengan cara memberikan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan unsur yang dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Melalui kepuasan konsumen akan memberikan berbagai manfaat, diantaranya meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan, sebagai dasar yang baik dalam menggunakan jasa kembali dan menimbulkan loyalitas pelanggan/konsumen.

Perusahaan di bidang jasa dapat mewujudkan kualitas jasanya dengan cara memberi kualitas pelayanan (*service*) terbaik untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas jasa dari perusahaan menjadikan persepsi pelanggan atas kualitas jasa perusahaan. Sering terjadi perbedaan pelayanan yang diberikan perusahaan dengan dengan persepsi yang diharapkan dari pelanggan. Untuk mengkaji kesesuaian pelayanan yang dilakukan perusahaan dengan apa yang menjadi harapan pelanggan, evaluasi diperlukan dari pelanggan. Parasuraman yang dikutip oleh Simamora (2001: 186), kualitas pelayanan berdasarkan dimensinya terdiri dari lima dimensi yaitu bukti nyata, kehandalan, daya tanggap, jaminan serta empati.

Kualitas barang dan jasa sesuai kehendak pelanggan sangat menentukan kepuasan pelanggan, sehingga prioritas utama perusahaan adalah jaminan kualitas

menjadi tolak ukur keunggulan daya saingnya. Kualitas jasa yang lebih baik atau lebih tinggi kualitasnya jika dibandingkan pesaing itulah kualitas jasa yang baik. Pencapaiannya dengan memenuhi harapan kualitas jasa para pelanggan atau bahkan melampauinya.

CV Aini Maulana adalah perusahaan dalam bidang jasa konstruksi berusaha melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan cara memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan untuk memuaskan pelanggan sesuai harapannya. Hal ini sesuai dengan motto CV Aini Maulana, yakni pelayanan terbaik merupakan tugas utama bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi dasar strategi operasi bagi setiap jenis usaha terutama perusahaan yang menawarkan jasa dimana tidak ada produksi riil yang dihasilkan secara langsung sebagai upaya untuk memenuhi harapan sebagaimana usaha jenis yang lain yang menawarkan benda/barang sebagai pemuas kebutuhan.

Meskipun ada usaha CV Aini Maulana dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi jumlah pesanan atau jasa konstruksi pada beberapa tahun terakhir mengalami fluktuatif. Penurunan jumlah pesanan CV ini menuntut peningkatan kualitas pelayanan serta upaya mencari penyebabnya mengingat kualitas pelayanan adalah aspek penting bagi CV Aini Maulana karena kualitas pelayanan jasa konstruksi bangunan itu merupakan produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah: “Seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan/pengguna terhadap pelayanan jasa konstruksi CV Aini Maulana Kediri”?

Studi ini ditujukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan tingkat kepuasan

pengguna dalam hal kualitas pelayanan jasa konstruksi dari CV Aini Maulana Kediri.

Juran mendefinisikan kualitas/mutu merupakan kesesuaian dalam penggunaan barang/jasa (*fitness for use*). Definisi ini memberikan suatu pemahaman terhadap pemecahan dalam memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2006:11).

Definisi yang dipaparkan oleh para ahli tentang kualitas mengandung kelebihan serta kelemahannya masing-masing. Setiap organisasi dalam bidang jasa harus merumuskan kualitas/mutu sesuai dengan persepsi, harapan, dan budaya pelanggannya masing-masing. Organisasi pada kenyataannya mengkombinasi aspek-aspek terbaik dari definisi yang ada dilanjutkan merumuskan sendiri definisinya.

Sebagaimana dikemukakan Garvin dalam Tjiptono (2006:13) mengidentifikasi kualitas ada produk utama, ciri istimewa, kehandalan, *serviceability*, keindahan serta adanya persepsi kualitas itu sendiri.

Menurut Kotler (1997: 83), Jasa adalah penawaran satu pihak kepada pihak lainnya berupa tindakan atau kegiatan yang bersifat tidak terwujud tanpa menimbulkan akibat kepemilikan apapun.

Proyek merupakan kegiatan kompleks yang dilakukan secara tidak rutin dibatasi waktu sesuai dengan pendanaan, tenaga kerja dan spesifikasi kinerja yang dirancang dalam memenuhi apa yang dibutuhkan pelanggannya (Gray & Larson, 2008). Proyek merupakan suatu kegiatan-kegiatan yang saling berkaitan berdasarkan spesifikasi tertentu yang menggunakan sumber daya dan waktu dalam rangka untuk mencapai tujuan sesuai yang direncanakan.

Kepuasan adalah tingkat kondisi perasaan seseorang di mana dari harapan dipakai dasar dalam membandingkan kinerja

produk/jasa yang diterimanya. (Kotler, 2000: 52).

Istilah kepuasan dari pelanggan adalah keseluruhan sikap konsumen/pelanggan yang nampak setelah menggunakan suatu barang atau jasa (Mowen dan Minor, 2002:89).

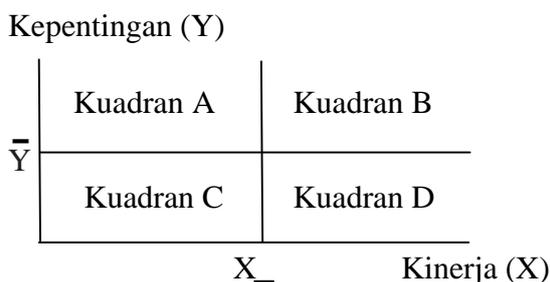
## METODE

Berdasarkan karakteristiknya, penelitian ini menerapkan metode survey dengan pendekatan deskriptif. Sebagaimana yang dijelaskan menurut Indriantoro & Supomo (2002:88), "Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menjelaskan karakteristik suatu fenomena sebagai dasar pembuatan keputusan dalam rangka memecahkan masalah-masalah bisnis".

Populasi penelitian dalam hal ini adalah keseluruhan pengguna jasa konstruksi CV Aini Maulana. Penetapan sampel menggunakan *simple random sampling*, yaitu sampel diambil dari populasi tanpa memperhatikan strata/tingkatan secara acak dalam populasi itu (Sugijono, 2008:85). Jumlah sampel ditetapkan sebesar 60 orang sesuai dengan Kerlinger dan Lee (2000), standar statistik menyebutkan bahwa batasan sampel minimum lebih dari atau sama dengan 30 ( $n = 30$ ). Pengumpulan data dilaksanakan peneliti menggunakan angket (kuesioner).

Teknik Analisis Kepentingan dan Kinerja (*Importance Performance Analysis*) mengukur tingkat kepuasan pengguna/konsumen. Dengan melihat hasil analisis ini, tingkat kesesuaian kepentingan dengan tingkat pelaksanaannya akan diketahui (Supranto, 2003). Unsur-unsur dalam kepuasan pengguna/konsumen akan dijabarkan dan diklasifikasikan dalam empat bagian pada Diagram Kartesius (Supranto, 1997) seperti pada Gambar 1.

Gambar 1: Diagram Kartesius



Sumber: Supranto, 1997.

Posisi Kuadran A (Prioritas Utama) memuat faktor/atribut dengan anggapan sangat penting oleh pengguna tetapi kenyataan kinerjanya masih kurang, sehingga membuat pengguna/pelanggan menjadi kecewa. Perbaikan kinerja faktor ini hendaknya dilakukan perusahaan.

Posisi Kuadran B (Pertahankan Prestasi) menunjukkan posisi wilayah berisi faktor/atribut dengan anggapan penting oleh pelanggan dimana anggapan kinerja sudah baik sesuai harapan, sehingga tingkat kepuasannya menjadi baik. Karena dianggap penting dan sesuai harapan, pihak manajemen harus mempertahankan atribut di kuadran ini.

Posisi Kuadran C (Prioritas Rendah) adalah kuadran yang wilayah dimana faktor/atribut dianggap kurang penting untuk pengguna/pelanggan dan pelaksanaannya juga dengan anggapan kurang memenuhi harapan, dengan kata lain tidak ada prioritas perbaikan kinerja oleh manajemen.

Posisi Kuadran D (Berlebihan) merupakan faktor kurang penting namun perusahaan telah melaksanakan dengan baik bahkan sedikit berlebihan bagi pengguna/pelanggannya.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengujian dalam taraf signifikansi ( ) = 5 % dan N = 58

dihasilkan nilai r tabel = 0,214. Korelasi yang signifikan kedua variabel ditunjukkan bila nilai r<sub>xy</sub> lebih besar dari r tabel, alat pengukur yaitu kuesioner dinyatakan valid. Hasil perhitungan terhadap tingkat kinerja dan harapan menunjukkan r-hitung semua butir lebih besar dari r tabel (0,214) berarti valid.

Hasil pengujian reliabilitas terhadap instrumen kinerja dan harapan ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan nilai 0,728 dan 0,777 (di atas yang dipersyaratkan 0,60). Butir-butir pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan semuanya reliabel dan siap digunakan dalam pengolahan data selanjutnya, artinya adalah pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur tingkat kepentingan pengguna/pelanggan dan tingkat kinerja perusahaan.

**Analisis Tingkat Kinerja**

Analisis ini melalui penghitungan skor masing-masing atribut untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kinerja CV Aini Maulana. Makin tinggi perolehan skor menunjukkan semakin tinggi pula penilaian responden terhadap kinerja CV Aini Maulana. Derajat Skor kinerja disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1 Skor Kinerja

Keterangan		Rata2
<b>A. Bukti Langsung (Tangible)</b>		
1. Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki CV Aini Maulana (gedung, ruang tunggu, peralatan, perlengkapan, toilet, dan tempat parkir).	253	4,36
2. Kebersihan dan kenyamanan lingkungan pada CV Aini Maulana.	252	4,34
3. Penampilan karyawan pada bagian administrasi CV Aini Maulana.	245	4,22
4. Kerapian penataan bangunan atas jasa konstruksi.	251	4,33
<b>B. Keandalan (Reliability)</b>		
5. Pelayanan yang diberikan telah dilakukan dengan benar.	248	4,29

6. Pelayanan yang diberikan telah tepat pada waktunya.	252	4,34
7. Pelayanan yang dijanjikan kepada pengguna/konsumen telah mampu ditangani dengan cepat.	244	4,21
8. Karyawan memberi informasi dengan jelas dan mudah untuk dipahami.	244	4,21
<b>C. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>		
9. Ketanggapan dan kecepatan respon karyawan terhadap permasalahan dari pengguna jasa.	252	4,34
10. Kesiapsiagaan dan keberadaan karyawan dalam membantu pengguna jasa yang membutuhkan.	257	4,43
11. Kepedulian karyawan menerima saran dan keluhan dari pengguna jasa	245	4,22
12. Kejelasan informasi dalam memberikan layanan.	242	4,17
<b>D. Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>		
13. Kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam memberikan layanan.	251	4,33
14. Perilaku karyawan yang sopan dan dapat dipercaya.	255	4,40
15. Pengalaman karyawan diterapkan dalam proses pelayanan jasa konstruksi.	247	4,26
16. Ketrampilan karyawan dan tukang yang memenuhi persyaratan.	247	4,26
<b>E. Empati (<i>Emphaty</i>)</b>		
17. Kemudahan untuk menemui karyawan (di kantor atau lokasi pekerjaan).	233	4,02
18. Pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pengguna jasa konstruksi.	252	4,34
19. Perhatian karyawan terhadap pengguna jasa konstruksi.	247	4,26
20. Komunikasi karyawan yang baik dan ramah dalam pelayanan pengguna jasa konstruksi.	235	4,05

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Keterangan:

Skor tertinggi =  $5 \times 60$  (jumlah responden) = 300

Skor terendah =  $1 \times 60$  (jumlah responden) = 60

Skor tertinggi adalah atribut Kesiapsiagaan dan keberadaan karyawan dalam membantu pengguna jasa yang membutuhkan dan yang terendah adalah Kemudahan untuk menemui karyawan (di kantor atau lokasi pekerjaan). Semakin

rendah skor kinerja terhadap atribut, maka kinerja yang diberikan perusahaan kurang baik dimata konsumen.

### Analisis Tingkat Harapan/Kepentingan

Atribut yang dianggap penting oleh pelanggan diperoleh melalui penghitungan jumlah masing-masing skor atribut. Jumlah skor setiap atribut makin tinggi menunjukkan makin tinggi pula tingkat kepentingannya. Derajat kepentingan disajikan berikut ini:

Tabel 2 Skor Kepentingan/Harapan

Keterangan		Rata2
<b>A. Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)</b>		
1. Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki CV Aini Maulana (gedung, ruang tunggu, peralatan, perlengkapan, toilet, dan tempat parkir).	244	4,21
2. Kebersihan dan kenyamanan lingkungan pada CV Aini Maulana.	250	4,31
3. Penampilan karyawan pada bagian administrasi CV Aini Maulana.	244	4,21
4. Kerapihan penataan bangunan atas jasa konstruksi.	252	4,34
<b>B. Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>		
5. Pelayanan yang diberikan telah dilakukan dengan benar.	251	4,33
6. Pelayanan yang diberikan telah tepat pada waktunya.	259	4,47
7. Pelayanan yang dijanjikan kepada pengguna/konsumen telah mampu ditangani dengan cepat.	257	4,43
8. Karyawan memberi informasi dengan jelas dan mudah untuk dipahami	244	4,21
<b>C. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>		
9. Ketanggapan dan kecepatan respon karyawan terhadap permasalahan dari pengguna jasa.	253	4,36
10. Kesiapsiagaan dan keberadaan karyawan dalam membantu pengguna jasa yang membutuhkan.	257	4,43
11. Kepedulian karyawan menerima saran dan keluhan dari pengguna jasa	247	4,26
12. Kejelasan informasi dalam	236	4,07

memberikan layanan.		
<b>D. Jaminan (Assurance)</b>		
13. Kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam memberikan layanan.	255	4,40
14. Perilaku karyawan yang sopan dan dapat dipercaya.	260	4,48
15. Pengalaman karyawan diterapkan dalam proses pelayanan jasa konstruksi.	247	4,26
16. Ketrampilan karyawan dan tukang yang memenuhi persyaratan.	250	4,31
<b>E. Empati (Empathy)</b>		
17. Kemudahan untuk menemui karyawan (di kantor atau lokasi pekerjaan).	243	4,19
18. Pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pengguna jasa konstruksi.	256	4,41
19. Perhatian karyawan terhadap pengguna jasa konstruksi.	247	4,26
20. Komunikasi karyawan yang baik dan ramah dalam pelayanan pengguna jasa konstruksi.	242	4,17

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Keterangan:

Skor tertinggi = 5 x 60 (jumlah responden) = 300

Skor terendah = 1 x 60 (jumlah responden) = 60

Skor tertinggi adalah atribut perilaku karyawan yang sopan dan dapat dipercaya dan yang terendah adalah Kejelasan informasi dalam memberikan layanan. Semakin tinggi skor harapan/kepentingan terhadap atribut, maka atribut tersebut dianggap paling penting oleh pengguna.

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN**

Kepuasan didefinisikan sebagai kesesuaian pengguna dalam hal skor kinerja perusahaan yang diterima dan skor kepentingan atau harapan yang diinginkan. Dalam *Importance Performance Analysis*, hasil pembagian antara kinerja pelayanan dengan harapan/kepentingan pelanggan dikalikan 100%.

Untuk melihat kategori jawaban/penilaian yang diperoleh dikelompokkan dalam suatu perhitungan interval berikut ini:

$$C = \frac{X_n - X_1}{K}$$

C = perkiraan besarnya

X<sub>n</sub> = nilai observasi tertinggi

X<sub>1</sub> = nilai observasi terendah

K = banyaknya kelas

Sumber: Supranto, 2001.

$$C = \frac{103,57\% - 95,04\%}{5}$$

$$C = 1,7\%$$

Sesuai interval di atas, batas-batas (*range*) setiap dimensi dapat ditentukan sebagai berikut:

Tabel 3: Tingkat Kesesuaian

Interval (%)	Tingkat Kesesuaian
101,86 – 103,57	Sangat Sesuai
100,14 – 101,85	Sesuai
98,42 – 100,13	Cukup Sesuai
96,70 – 98,41	Kurang Sesuai
95,04 – 96,69	Tidak Sesuai

Sumber: Data Sekunder, 2019.

Tabel 4: Tingkat Kesesuaian antara Kinerja Dengan Harapan/Kepentingan

Keterangan	Skor kinerja (X)	Rata-2 Skor Kinerja	Skor Harapan (Y)	Rata-2 Skor Harapan	Tki (%)	Kategori
<b>Bukti Langsung (Tangible)</b>						
1. Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki CV Aini Maulana (gedung, ruang tunggu, peralatan, perlengkapan, toilet, dan tempat parkir).	253	4,36	244	4,21	103,57	Sangat Sesuai
2. Kebersihan dan kenyamanan lingkungan pada CV Aini Maulana.	252	4,34	250	4,31	100,70	Sesuai

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Konstruksi

3.	Penampilan karyawan pada bagian administrasi CV Aini Maulana.	245	4,22	244	4,21	100,24	Sesuai
4.	Kerapihan penataan bangunan atas jasa konstruksi.	251	4,33	252	4,34	99,77	Cukup Sesuai
<b>Kehandalan (Reliability)</b>							
5.	Pelayanan yang diberikan telah dilakukan dengan benar.	248	4,29	251	4,33	99,08	Cukup Sesuai
6.	Pelayanan yang diberikan telah tepat pada waktunya.	252	4,34	259	4,47	97,10	Kurang Sesuai
7.	Pelayanan yang dijanjikan kepada pengguna/konsumen telah mampu ditangani dengan cepat.	244	4,21	257	4,43	95,04	Tidak Sesuai
8.	Karyawan memberi informasi dengan jelas dan mudah untuk dipahami	244	4,21	244	4,21	100	Cukup Sesuai
<b>Daya Tanggap (Responsiveness)</b>							
9.	Ketanggapan dan kecepatan respon karyawan terhadap permasalahan dari pengguna jasa.	252	4,34	253	4,36	99,55	Cukup Sesuai
10.	Kesiapsiagaan dan keberadaan karyawan dalam membantu pengguna jasa yang membutuhkan.	257	4,43	257	4,43	100	Cukup Sesuai
11.	Kepedulian karyawan menerima saran dan keluhan	245	4,22	247	4,26	99,07	Cukup Sesuai

	dari pengguna jasa						
12.	Kejelasan informasi dalam memberikan layanan.	242	4,17	236	4,07	102,46	Sangat Sesuai
<b>Jaminan (Assurance)</b>							
13.	Kemampuan dan pengetahuan karyawan dalam memberikan layanan.	251	4,33	255	4,40	98,41	Kurang Sesuai
14.	Perilaku karyawan yang sopan dan dapat dipercaya.	255	4,40	260	4,48	98,22	Kurang Sesuai
15.	Pengalaman karyawan diterapkan dalam proses pelayanan jasa konstruksi.	247	4,26	247	4,26	100	Cukup Sesuai
16.	Ketrampilan karyawan dan tukang yang memenuhi persyaratan.	247	4,26	250	4,31	98,84	Tidak Sesuai
<b>Empati (Empathy)</b>							
17.	Kemudahan untuk menemui karyawan (di kantor atau lokasi pekerjaan).	233	4,02	243	4,19	95,95	Tidak Sesuai
18.	Pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pengguna jasa konstruksi.	252	4,34	256	4,41	98,42	Cukup Sesuai
19.	Perhatian karyawan terhadap pengguna jasa konstruksi.	247	4,26	247	4,26	100	Cukup Sesuai
20.	Komunikasi karyawan yang baik dan ramah dalam pelayanan pengguna jasa konstruksi.	235	4,05	242	4,17	97,13	Kurang Sesuai

Sumber: Data primer diolah, 2019.

Tabel 5: Tingkat Kesesuaian Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Keterangan	Rata-2 Skor Kinerja	Rata-2 Skor Harapan	TKi (%)	Kategori
A	Bukti Langsung ( <i>Tangible</i> )	4,31	4,27	100,94	Sesuai
B	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	4,26	4,36	97,71	Kurang Sesuai
C	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	4,29	4,28	100,23	Sesuai
D	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	4,31	4,36	98,85	Cukup Sesuai
E	Empati ( <i>Emphaty</i> )	4,17	4,26	97,89	Kurang Sesuai
	Rata-rata TKi	4,27	4,31	99,12	Cukup Sesuai

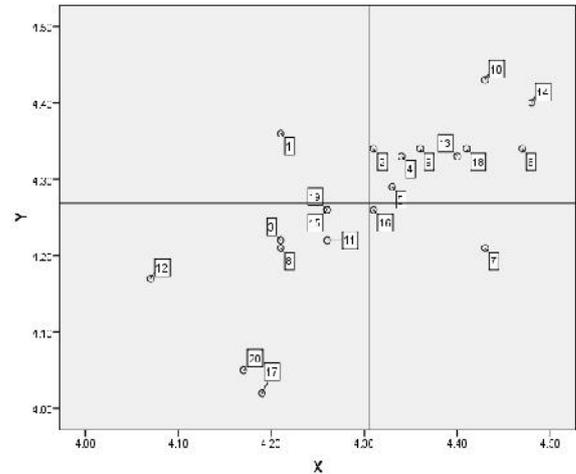
Sumber: Data primer, diolah, 2019.

Pengukuran rata-rata tingkat kesesuaian (TKi) secara keseluruhan menunjukkan adanya kepuasan pelanggan atas dimensi kualitas pelayanan CV Aini Maulana sebesar 99,12% berarti merasa cukup sesuai atau cukup puas.

**DIAGRAM KARTESIUS**

Dari analisis tingkat kepentingan maupun kepuasan pelanggan dapat digambarkan dalam diagram kartesius sesuai posisi faktor-faktor atau atribut dengan anggapan memuaskan pelanggan dalam empat kuadran. Sumbu horisontal (X) dalam diagram ini berisi nilai rata-rata skor kinerja (*performance*), sumbu vertikal (Y) memuat nilai rata-rata skor kepentingan (*importance*). Diagram kartesius disajikan sebagaimana dalam grafik berikut:

Gambar 2: Diagram Kartesius



Sumber: Data primer, diolah, 2019.

**1. Kuadran A (Prioritas Utama)**

Faktor/atribut pada kuadran ini termasuk faktor pelayanan penting atau diharapkan oleh pengguna/pelanggan tetapi kinerjanya belum sesuai/tergolong rendah. Faktor/atribut dalam kuadran ini perlu mendapat prioritas dari perusahaan. Faktor/atribut pada posisi dalam kuadran A adalah:

- Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki CV Aini Maulana (gedung, ruang tunggu, peralatan, toilet, dan tempat parkir).

**2. Kuadran B (Pertahankan)**

Atribut pada kuadran B harus dipertahankan oleh perusahaan, karena anggapan adanya kesesuaian kinerja kualitas pelayanan dengan yang diharapkan pelanggan. Atribut yang masuk kategori dalam kuadran B antara lain:

- Kebersihan dan kenyamanan lingkungan pada CV Aini Maulana.
- Kerapihan penataan bangunan atas jasa konstruksi.
- Pelayanan yang diberikan telah dilakukan dengan benar.

- Pelayanan yang diberikan telah tepat pada waktunya.
- Ketanggapan dan kecepatan respon karyawan terhadap permasalahan dari pengguna jasa.
- Kesiapsiagaan dan keberadaan karyawan dalam membantu pengguna jasa yang membutuhkan.
- Kemampuan maupun pengetahuan karyawan dalam memberikan layanan.
- Perilaku karyawan yang sopan dan dapat dipercaya.
- Pengertian dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pengguna jasa konstruksi.

### 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Faktor/atribut kualitas pelayanan yang terletak pada kuadran ini oleh pelanggan dinilai kurang penting tetapi kinerja kualitas pelayanannya sangat baik. Faktor-faktor dalam kuadran C antara lain:

- Penampilan karyawan pada bagian administrasi CV Aini Maulana.
- Karyawan memberi informasi secara jelas dan mudah dipahami.
- Kepedulian karyawan dalam menerima saran dan keluhan dari pengguna jasa.
- Kejelasan informasi karyawan dalam memberikan layanan.
- Pengalaman karyawan diterapkan dalam proses pelayanan jasa konstruksi.
- Kemudahan untuk menemui karyawan (di kantor atau lokasi pekerjaan).
- Perhatian karyawan terhadap pengguna jasa konstruksi.
- Komunikasi yang baik dan ramah dari karyawan dalam melayani pengguna jasa konstruksi.

### 4. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran D adalah faktor/atribut dengan anggapan kurang penting bagi

pengguna/pelanggan namun dilaksanakan dengan baik bahkan cenderung agak berlebihan oleh perusahaan. Yang termasuk kelompok kuadran D adalah faktor:

- Pelayanan yang dijanjikan kepada pengguna/konsumen telah mampu ditangani dengan cepat.
- Ketrampilan karyawan dan tukang yang memenuhi persyaratan.

## SIMPULAN

Simpulan berdasarkan hasil penelitian analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Aini Maulana Kediri sebagai berikut:

- 1) Hasil perhitungan atas tingkat kesesuaian (TKi) bahwa kualitas layanan pada CV Aini Maulana Kediri berdasarkan dimensi kualitas layanan meliputi faktor *bukti nyata*, faktor reliabilitas, faktor daya tanggap, faktor jaminan, dan faktor empati rata-rata menunjukkan kategori cukup sesuai atau cukup puas dengan rata-rata TKi mencapai 99,12%.
- 2) Hasil analisis tingkat kinerja dibandingkan dengan tingkat kepentingan/harapan (*Important Performance Analysis*), bahwa rata-rata atribut/faktor dimensi kualitas layanan pada CV Aini Maulana Kediri, masih berada di bawah kepentingan/harapan pelanggan, yaitu 4,27 untuk hasil skor rata-rata tingkat kinerja < 4,31 (skor rata-rata tingkat harapan).
- 3) Berdasarkan hasil pemetaan dalam diagram kartesius dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan adalah:
  - a) Atribut prioritas utama (Kuadran A), karena dianggap mempengaruhi kepuasan pengguna dan termasuk unsur

layanan dengan anggapan sangat penting oleh pengguna/pelanggan, namun belum dilaksanakan manajemen sesuai harapan pengguna adalah:

- Kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki CV Aini Maulana Kediri (gedung, ruang tunggu, toilet, dan tempat parkir).
- b) Atribut-atribut yang dipertahankan prestasinya (Kuadran B), karena dianggap penting oleh pengguna dan pelaksanaannya juga sudah sesuai harapan pengguna jasa, maka dapat memberikan kepuasan.
- c) Atribut dimensi kualitas layanan dalam kategori prioritas rendah (Kuadran C), karena dianggap kurang penting pengaruhnya untuk pengguna dan pelaksanaan/kinerja menurut anggapan pengguna dinyatakan cukup.
- d) Atribut dimensi kualitas pelayanan di Kuadran D kurang penting oleh pengguna namun CV Aini Maulana Kediri telah melaksanakan dengan baik layanan ini.

## SARAN

Saran-saran sebagai masukan dalam peningkatan kualitas pelayanan CV Aini Maulana Kediri dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Meskipun hasil analisis tingkat kesesuaian (TKi) terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengguna rata-rata cukup sesuai/puas, tetapi pelayanan jasa konstruksi berdasarkan *importance performance analysis* (IPA) rata-rata atribut/faktor dimensi kualitas layanan masih di bawah harapan pengguna. Bertitik tolak dari kondisi ini, hendaknya perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa

konstruksi kepada pengguna sesuai dengan pemetaan dalam analisis kuadran. Hal ini dimaksudkan karena tingkat kepuasan pengguna jasa banyak dipengaruhi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, sehingga kepuasan pengguna begitu cepat mengalami perubahan.

- 2) Dalam upaya peningkatan kualitas layanan, perusahaan jasa konstruksi CV Aini Maulana Kediri sebaiknya memprioritaskan pada atribut kuadran prioritas utama (A) tanpa mengabaikan atribut yang termasuk pada kuadran lainnya yang tentunya sesuai dengan tingkat kinerja dan harapan pengguna/pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin, Ahmad. 2007. *Kualitas, Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo*. Wonosobo: Universitas Sain Al-Qir'an.
- Budiarto dkk, 2012. *Analisis Kepuasan Pelanggan PT Wijaya Karya (Persero) Tbk pada Proyek Perumahan di Provinsi Kalimantan Timur*. Tugas Akhir dipublikasikan. Surabaya: Jurusan Statistik FPMIPA ITS. <http://www.digilib.its.ac.id.pdf>, Diakses 12 Juni 2019.
- Ervianto, Wulfram I. 2007. *Cara Tepat Menghitung Biaya Bangunan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gerson, Richard F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kedua, Jakarta: PPM Griffin Jill.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.

- Gray C, F, dan Larson E, W. 2008. *Manajemen Proyek Proses Manajerial*, Edisi 4. Jakarta: Penerbit Andi.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis – Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran – Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*. Edisi Ke Enam. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran – Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 2*. Edisi Ke Enam. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurnia.2003. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Kontraktor Pameran CV Liwa Pratama*. Skripsi dipublikasikan. Surabaya: FISIP Universitas Pembangunan Nasional Surabaya.  
<http://www.eprints.upnjatim.ac.id.pdf>, diakses 12 juni 2019.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra Naresh, K. 2005. *Riset Pemasaran (Pendekatan Terapan., Terjemahan Soleh Rusyadi*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Minor, Michael, Mowen, C, Jhon. 2002. *Prilaku Konsumen*. Jilid 2 Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Robertman, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada
- Stanton William J. 1993. *Fundamental of Marketing*. 10th ed. Tokyo: Mc-Graw-Hill Kogakusha.
- Supranto J. 2006. *Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supriono. 1999. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta:
- Swastha, B. dan T H Handoko. 1999. *Manajemen Pemasaran – Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, DH. Basu. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Swastha B. dan Irawan. 2005. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*., Yogyakarta: Andi Offset
- . 2006. *Pemasaran Jasa*., Malang: Bayumedia Publishing
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, Diana. 2001. *Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonosia.