

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PEMBIAYAAN (LEASING) KENDARAANERMOTOR PT ADIRA DINAMIKA MULTIFINANCE CABANG MADIUN

ML Endang Edi Rahayu ¹⁾ Rembuyung Ageng Saraswati ²⁾

¹⁾ Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun

²⁾ Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun

Abstract

The purpose of this study was to analyze the influence of service quality (physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy) to customer satisfaction. Sampling was done by using accidental / incidental sampling at customers who use the services of PT Adira DMF Branch Madiun from 2005 until 2010. Dependent variable in this study is customer satisfaction (Y). While the independent variable consisted of physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5). This type of research is quantitative by analysis techniques using multiple linear regression statistic. The results of multiple linear regression analysis showed that the variable assurance have the most dominant in comparison with four other variables, that is equal to 0.296 or 29.6%. Together the variables of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy have a significant effect on customer satisfaction with the great influence of 57.3%. (R² = 0.573).

Key words: Physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy

PENDAHULUAN

Dilihat dari *market size* yang ada, dunia jasa leasing cukup menggiurkan, setiap hari hampir di seluruh Indonesia masyarakatnya memanfaatkan keberadaan jasa ini di dalam memenuhi kebutuhan kendaraan bermotor guna menunjang aktivitas ekonominya. Permintaan (*demand*) jasa Leasing ini masih memungkinkan untuk mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, terlebih pada musim sibuk (*peak season*) seperti hari tahun ajaran baru di mana banyak anak sekolah yang menginginkan motor baru, hari besar keagamaan/hari raya atau musim sepi atau musim biasa (*low season*).

Efek multiplier yang ditimbulkan oleh bisnis Leasing akhir-akhir ini cukup tinggi untuk merangsang perusahaan baru, seperti banyak bermunculan Dealer-Dealer kendaraan bermotor di tiap daerah,

bengkel service kendaraan bermotor, toko onderdil kendaraan bermotor serta membantu meningkatkan pendapatan kantor pos dari via pembayaran online yang ada. Dengan demikian tenaga kerja yang dibutuhkan akan semakin bertambah dengan munculnya perusahaan baru tersebut sehingga secara tidak langsung membantu Pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada dan meningkatkan perputaran roda ekonomi masyarakat.

Di Madiun, lima tahun terakhir ini banyak bermunculan pendatang baru di dunia leasing. Munculnya perusahaan-perusahaan baru ini didorong oleh deregulasi Pemerintah yang mempermudah perizinan untuk membuka perusahaan leasing yang baru. Perkembangan ini menambah kegairahan dan kompetisi diantara

perusahaan yang ada sehingga keadaan ini di satu sisi menguntungkan konsumen karena perusahaan ini berlomba-lomba memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Dengan banyaknya perusahaan leasing baru yang dibuka di kota Madiun ini juga berdampak pada meningkatnya perekonomian masyarakat yang ada karena kebutuhan akan penggerak roda perekonomian mereka yaitu kendaraan bermotor telah mendapatkan solusi yang mudah dan cepat.

PT Adira Dinamika Multifinace Tbk adalah salah satu Lembaga Pembiayaan Konsumen untuk kendaraan bermotor yang terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini didirikan sejak tahun 1990 dan sekarang telah menjadi salah satu perusahaan pembiayaan terbesar untuk berbagai merk otomotif di Indonesia berdasarkan pangsa pasar dan jumlah aktiva yang dikelola. Perusahaan ini telah mengoperasikan 245 jaringan usaha di Indonesia, salah satunya adalah di kota Madiun. PT Adira DMF cabang Madiun berdiri sekitar tahun 1998 dan tetap eksist sampai sekarang. Untuk kantor cabang Madiun ini memiliki kantor pembantu yang tersebar di daerah Ngawi, Magetan, Mantingan, Gendingan maupun Caruban. Dengan penyebaran wilayah ini diharapkan bisa menjangkau seluruh kebutuhan dari konsumen yang ada di Madiun.

Dalam menghadapi persaingan, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi perilaku pelanggan untuk menggunakan jasa PT. Adira DMF Cabang Madiun, antara lain dimensi *tangible* meliputi penampilan gedung, interior bangunan dan penampilan karyawan, dimensi *reliability* meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness* meliputi kesediaan karyawan untuk membantu

konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, serta dimensi *empathy* yang meliputi rasa peduli dan perhatian yang diberikan pada pelanggan. Kelima dimensi di atas disebut SERVQUAL (*service quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam M.N. Nasution, 2004 : 56).

PT Adira DMF yang bergerak di bidang pembiayaan kendaraan bermotor ini berupaya untuk memegang peranan terbesar dalam mengelola kredit masyarakat. Namun pada prakteknya, perusahaan ini dituntut untuk terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para pelanggan. PT Adira DMF perlu mengoptimalkan bentuk pelayanan yang diberikan oleh manajemen, baik berupa fasilitas maupun prosedur kredit. Hal ini perlu dilakukan karena selain perusahaan ini masih ada perusahaan pembiayaan lain yang setiap saat dapat mengambil alih peranan diantara perusahaan pembiayaan yang ada.

Berdasarkan riset Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), salah satu masalah utama lembaga jasa pembiayaan motor adalah kualitas pelayanan. Oleh karena itu, PT. Adira DMF Cabang Madiun dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggannya meningkat. PT. Adira DMF Cabang Madiun perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi harapan/keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Untuk dapat menentukan kebijakan pelayanan yang tepat, khususnya dalam

pelayanan kepada pelanggan, diperlukan kajian tentang dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Adira DMF Cabang Madiun.

Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan pelanggan/konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang mereka harapkan. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu: *Responsivness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*.

Responsivness (daya tanggap / kesiapan) adalah suatu respon / kesiapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen

/ pelanggan terhadap perusahaan. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan / konsumen. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pembiayaan (Leasing) Kendaraan Bermotor PT Adira Dinamika Multifinance Cabang Madiun*".

Tujuan Penelitian

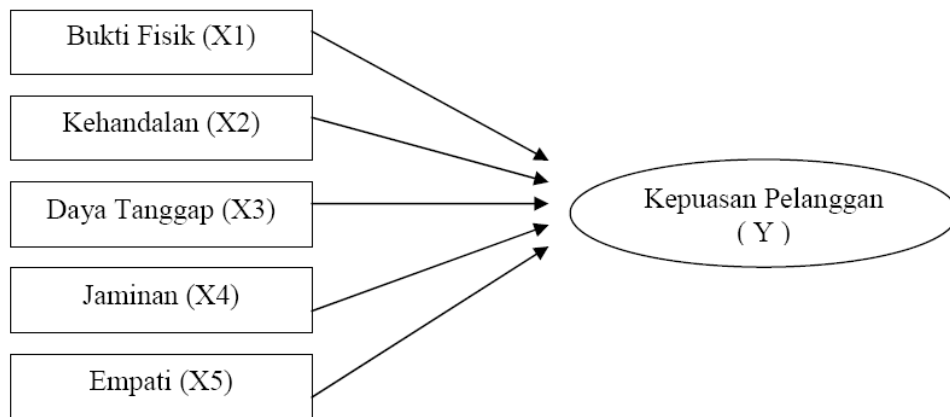
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pelanggan pada leasing kendaraan bermotor PT Adira Dinamika Multifinance Cabang Madiun.

Kerangka Pemikiran

Di dalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan penentu kepuasan pelanggan, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*),

jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Philip Kotler, 2000). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut akan menjadi acuan dalam

kerangka pemikiran teoritis penelitian ini dan digambarkan seperti gambar di bawah ini:



Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H₁ : Ada pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) terhadap kepuasan pelanggan.
- H₂ : Ada pengaruh secara simultan / serempak antara variabel kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) terhadap kepuasan pelanggan.
- H₃ : Jaminan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah semua total pelanggan yang menggunakan jasa PT Adira DMF Cabang Madiun. Jumlah pelanggan PT. Adira Cabang Madiun dari tahun 2005 hingga tahun 2010 berjumlah 86.955 pelanggan.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *accidental / insidental sampling*. *Accidental/insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan

kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui ini cocok sebagai sumber data.

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007 : 59), "*Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya*".

Variabel penelitian ini terdiri dari enam macam variabel, yaitu satu variabel terikat (*dependent variable*) dan lima variabel bebas (*independent variable*).

a) Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

b) Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen

(terikat). Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*.

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari :

- 1) Bukti Fisik (X_1)
- 2) Keandalan (X_2)
- 3) Daya Tanggap (X_3)
- 4) Jaminan (X_4)
- 5) Empati (X_5)

TEKNIK ANALISA DATA

Teknik analisa data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. (Sugiyono, 2007 : 206)

Jenis penelitiannya adalah kuantitatif dengan teknik analisa datanya menggunakan statistik analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 17.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel IV.11 berikut ini:

Tabel IV.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.808	1.338		1.352	.180
BUKTIFISIK	.104	.053	.158	2,081	.040
KEANDALAN	.185	.077	.212	2.412	.018
DAYATANGGAP	.154	.076	.157	2.023	.046
JAMINAN	.255	.072	.296	3.527	.001
EMPATI	.182	.082	.205	2.226	.028

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil *standardized coefficients* tersebut, persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 1,808 + 0,104 X_1 + 0,185 X_2 + 0,154 X_3 + 0,255 X_4 + 0,182 X_5$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

Nilai konstanta (*intersep = bo*) sebesar 1,808 yang menunjukkan bahwa terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 1,808, apabila

kelima variabel bebas X tersebut sama dengan 0 atau diabaikan.

Nilai koefisien regresi b_1 pada variabel bukti fisik (X_1) sebesar 0,104 sehingga faktor bukti fisik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

sebesar 0,104 satuan bila faktor tersebut naik sebesar 1 satuan.

Koefisien regresi b_2 pada variabel keandalan (X_2) sebesar 0,185. Angka tersebut memberikan arti bahwa kepuasan pelanggan dapat meningkat sebesar 0,185 satuan jika faktor keandalan (*reliability*) meningkat satu satuan.

Kemudian untuk koefisien regresi b_3 pada daya tanggap (X_3) sebesar 0,154 yang memberikan petunjuk bahwa faktor tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,154 satuan apabila daya tanggap (*responsiveness*) tersebut dapat ditingkatkan sebesar satu satuan.

Koefisien regresi b_4 variabel jaminan (X_4) sebesar 0,255 yang berarti bahwa peranan jaminan (*assurance*) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,255 satuan apabila faktor jaminan tersebut meningkat sebesar satu satuan.

Sedangkan koefisien regresi b_5 pada empati (X_5) sebesar 0,182 yang memberikan petunjuk bahwa faktor tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,182 satuan apabila empati (*empathy*) tersebut dapat ditingkatkan sebesar satu satuan.

Berdasarkan hasil analisis regresi di atas diperoleh bahwa variabel bebas yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan yaitu variabel jaminan (*assurance*) yaitu sebesar 0,296 (29,6 %). Hal ini berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa jaminan memiliki pengaruh yang paling dominan dapat diterima. Tingkat kepuasan pelanggan terjadi sangat dominan dipengaruhi oleh pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan para pegawai untuk menimbulkan rasa percaya kepada para pelanggan seperti : kepercayaan, rasa aman, kenyamanan, kesopanan dan kesabaran.

PEMBAHASAN

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Adira DMF cabang Madiun secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam lima dimensinya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri pelanggan. Kepuasan yang terbentuk tersebut selanjutnya akan menjadi dasar untuk keputusan selanjutnya dan pemberian rekomendasi kepada orang lain.

Variabel bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan fisik PT Adira DMF cabang Madiun dapat dilihat dari kondisi gedung dan fasilitas yang dimiliki perusahaan, tempat parkir yang disediakan untuk pelanggan, teknologi yang digunakan serta penampilan para karyawan perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil regresi pada tabel IV.11 bahwa koefisien regresi maupun uji parsialnya (uji t) dari variabel *tangible* menunjukkan nilai yang positif, searah dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti langsung dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan pelanggan.

Variabel keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan

terpercaya seperti: ketepatan menepati janji, ketepatan waktu pelayanan, kesesuaian pelaksanaan program promosi, kepedulian dan kesungguhan. Hal ini sejalan dengan hasil regresi pada tabel IV.11 bahwa koefisien regresi maupun uji parsialnya (uji t) dari variabel *reliability* menunjukkan nilai yang positif, searah dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa keandalan dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan keandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan karyawan, pelayanan administrasi, ketepatan program promosi dan keandalan karyawan akan memberikan kepuasan pelanggan.

Variabel daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas seperti kejelasan informasi, kecepatan pelayanan, kesediaan membantu. Hal ini sejalan dengan hasil regresi pada tabel IV.11 bahwa koefisien regresi maupun uji parsialnya (uji t) dari variabel *responsiveness* menunjukkan nilai yang positif, searah dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kesediaan karyawan dalam membantu, kesediaan karyawan dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari karyawan, dan penyelesaian masalah dengan cepat akan memberikan pengaruh positif dalam terbentuknya kepuasan pelanggan.

Variabel jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kemampuan dan ketrampilan para pegawai untuk menimbulkan rasa percaya kepada para pelanggan seperti: kepercayaan, rasa aman, kenyamanan, kesopanan

dan kesabaran. Hal ini sejalan dengan hasil regresi pada tabel IV.11 bahwa koefisien regresi maupun uji parsialnya (uji t) dari variabel *assurance* menunjukkan nilai yang positif, searah dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan pelanggan. Adanya peralatan pendukung, kemampuan karyawan dalam melayani dan jaminan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Variabel empati (*empathy*) yaitu kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumennya seperti: perhatian secara individual, pemahaman kebutuhan secara spesifik, kemampuan komunikasi yang baik. Hal ini sejalan dengan hasil regresi pada tabel IV.11 bahwa koefisien regresi maupun uji parsialnya (uji t) dari variabel *empathy* menunjukkan nilai yang positif, searah dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa adanya perhatian dari penyedia jasa pelayanan jasa pembiayaan dalam bentuk perhatian yang sama tanpa membedakan status, keramahan dan kesopanan, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan pemahaman setiap kondisi pelanggan akan meningkatkan pandangan positif dari setiap pelanggan terhadap perusahaan. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan

pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a) Hasil analisis Uji t menunjukkan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Bukti Fisik (*tangible*) memiliki nilai $t = 2,081 > t$ tabel 1,986. Variabel keandalan (*reliability*) memiliki nilai $t = 2,412 > t$ tabel 1,986. Variabel daya tanggap (*responsiviness*) memiliki nilai $t = 2,023 > t$ tabel 1,986. Variabel jaminan (*assurance*) memiliki nilai $t = 3,527 > t$ tabel 1,986. Variabel empati (*emphaty*) memiliki nilai $t = 2,226 > t$ tabel 1,986. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasa pelanggan (H_1) dapat diterima.
- b) Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) memiliki pengaruh secara simultan / serempak terhadap kepuasan pelanggan, di mana nilai $F = 25,208 > F$ tabel 2,467. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara simultan / serempak terhadap kepuasan pelanggan (H_2) dapat diterima.
- c) Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan dengan keempat variabel lainnya, yaitu sebesar 0,296 atau 29,6 %. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa jaminan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.
- d) Secara bersama-sama variabel bukti fisik, keandalan, daya

tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan besar pengaruh sebesar 57,3%. ($R^2 = 0,573$).

Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa besarnya pengaruh variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara serentak terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 57,3 % (R square). Ini menunjukkan bahwa masih terdapat 42,7 % pengaruh dari faktor-faktor lain terhadap kepuasan pelanggan PT Adira DMF cabang Madiun yang belum diketahui dan tidak diteliti. Oleh karena itu, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah dapat menambahkan faktor lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, seperti adanya keberadaan pesaing atau kompetitor beserta program promosinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Wahyuningsih, Anis. 2002. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit Umum kabupaten Karanganyar*.
- Anwar, Saifuddin. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ardian Adhiatma. 2001. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan di Rumah Sakit Ibu dan Anak di Semarang*.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ellys L Pambayun. 1998. *Usahawan*. No.3/Maret 1998.

- Fandy Tjiptono. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi
- _____. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Johanes Supranto. 2001. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jilid Kedua. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Junaedi.2002. *Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI Cabang Surakarta*.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi, dan Pengendalian*. Terjemahan: AB. Susanto. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- M.N. Nasution. 2004. *Total Service Management : Manajemen Jasa Terpadu*. Cetakan Pertama. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Ni Gusti Agung Ayu Ariastuti dan Made Antara. *Pengaruh harga, Pelayanan, Kualitas, Citra terhadap Loyalitas pelanggan*.
- Payne, Andrian. 2000. *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*. Terjemahan: Fandi Tjiptono. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat belas. Bandung: CV. Alfabeta.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia.
- Yazzid.1999. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Ekonosia Fakultas Ekonomi UII.
- Parasuranman, A, Zeithalm, V, dan Berry L. 1998. *SERVQUAL: "A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality"*. Journal of Retailing.
- Internet: www.adira.ac.id