

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA *BAND*  
SENSOR INDONESIA**

**SKRIPSI**

**NYIMAS MELDA RAFLIYANTI  
NIM: 18612174**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA *BAND*  
SENSOR INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen

OLEH

**Nama : NYIMAS MELDA RAFLIYANTI  
NIM : 18612174**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2023**

**TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**  
**PELANGGAN PADA *BAND* SENSOR INDONESIA**

Diajukan kepada :

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh :

Nama : NYIMAS MELDA RAFLIYANTI  
NIM : 18612174

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

**Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M**  
NIDN. 1011088902 / Lektor

**Octojaya Abrivoso, S.I.Kom., M.M**  
NIDN. 1005108903/Asisten Ahli

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,

**Dwi Septi Haryani, S.T., M.M.**  
NIDN. 1002078602 / Lektor

**Skripsi Berjudul**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA *BAND* SENSOR INDONESIA**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Nama : NYIMAS MELDA RAFLIYANTI  
NIM : 18612174

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Tujuh Belas  
Januari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Tiga dan Dinyatakan  
Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

Sekretaris,

**Evita Sandra, S.Pd.EK., M.M.**  
NIDN. 1029127202 / Lektor

**M. Syafnur, S.E., M.M.**  
NIDN. 8890420016/Asisten Ahli

Anggota,

**Imran Ilyas, M.M.**  
NIDN. 1007036603/Lektor

Tanjungpinang, 17 Januari 2023  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,  
Ketua,

**Charly Marlinda, SE. M. Ak. Ak. CA.**  
NIDN. 1029127801/Lektor

## PERNYATAAN

Nama : Nyimas Melda Rafliyanti  
NIM : 18612174  
Tahun Angkatan : 2018  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,49  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Band* Sensor Indonesia

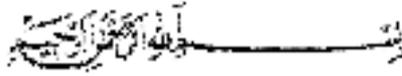
Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap di proses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 17 Januari 2023

Penyusun

**NYIMAS MELDA RAFLIYANTI**  
**NIM: 18612174**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Sujud syukurku kusembahkan kepada-Mu ya Allah

Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Skripsi ini merupakan sebagian persembahan kecil dari saya untuk orang  
yang paling saya sayangi dan saya cintai yaitu

Kedua orang tua saya, Bapak Mohd. Ali dan Ibu Ratnawai

Tidak ada satu kata pun yang mampu menggambarkan rasa terima kasih  
saya kepada kedua orang tua saya.

Tidak lupa pula kepada kakak tercinta: Almarhumah Radha Febri.

Akhirnya, Alhamdulillah sebagian harapan kalian tercapai.

Terima kasih atas do'a dan dukungannya untuk selama ini.

Alhamdulillah Allah telah menjabah do'a yang tak pernah putus untuk  
kebaikan anak putri kecilmu sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

Terima kasih untuk kasih sayang yang selama ini selalu Bapak dan Mamak  
berikan hingga anakmu sudah menjadi sarjana atas izin dan Ridho

Allah SWT.

## **HALAMAN MOTTO**

"Tidak Ada seseorang yang memakan satu makanan pun yang lebih baik dari makanan hasil usaha tangannya (bekerja) sendiri. Dan sesungguhnya Nabi Allah Daud as. memakan makanan dari hasil usahanya sendiri.

**HR.bukhari**

"Tak kesah, yang penting tunaikan janji pasti Allah mudahkan"

**Ratnawati dan M.Ali Noor**

"Kerjakan sampe ko tidak mampu lagi , karena Allah paham betul kemampuan ko"

Alm. Radha Febri Mulyanti Martha

" Jalanin aja terus , hari nya pasti lewat "

**Faturrahman**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BAND SENSOR INDONESIA”** ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu pada Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang selalu mendukung. Maka dengan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Ibu Charly Marlinda, SE. M. Ak. Ak. CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
4. Bapak Imran Ilyas, M.M selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,

5. Ibu Dwi Septi Haryani, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,
6. Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing satu penulis yang telah memberikan dukungan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini,
7. Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing dua penulis yang juga telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang,

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua.

Tanjungpinang, 17 Januari 2023  
Penulis

**NYIMAS MELDA RAFLIYANTI**  
**NIM 18612174**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1. Kegunaan Teoritis .....	9
1.5.2. Kegunaan Praktis.....	10
1.6. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II   TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	12
2.1.1. Manajemen .....	12
2.1.1.1. Pengertian Manajemen.....	12
2.1.1.2. Fungsi Manajemen.....	12

2.1.2. Pemasaran.....	13
2.1.2.1. Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.3.2. Fungsi Pemasaran .....	14
2.1.3. Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.3.2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.4. Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.4.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.4.3. Aspek Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4.4. Indikator Kualitas Pelayanan .....	21
2.1.5. Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	24
2.1.5.3. Aspek Kepuasan Pelanggan .....	25
2.1.5.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.2.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	26
2.3. Kerangka Pemikiran .....	28
2.4. Hipotesis .....	28
2.5. Penelitian Terdahulu.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	33
3.2. Jenis Data.....	33
3.2.1. Data Primer .....	33
3.2.2. Data Sekunder .....	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	34

3.4.	Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1.	Populasi .....	35
3.4.2.	Sampel.....	36
3.5.	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.6.	Teknik Pengolahan Data.....	39
3.7.	Teknik Analisis Data .....	40
3.7.1.	Uji Kualitas Data.....	40
3.7.1.1.	Uji Validitas .....	40
3.7.1.2.	Uji Reliabilitas .....	41
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik .....	42
3.7.2.1.	Uji Normalitas.....	42
3.7.2.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.7.3.	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	42
3.7.4.	Uji Hipotesis.....	43
3.7.4.1.	Uji Parsial (Uji t).....	43
3.7.4.2.	Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square).....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.1.1.	Sejarah Singkat Band Sensor Indonesia.....	47
4.1.1.2.	Visi dan Misi Band Sensor Indonesia .....	47
4.1.1.3.	Daftar Personil Band Sensor Indonesia .....	48
4.1.2.	Karakteristik Responden .....	48
4.1.2.1.	Karakteristik Resonden Berdasarkan Umur.....	48
4.1.2.2.	Karakteristik Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.1.2.3.	Karakteristik Resonden Berdasarkan Pendidikan .....	50
4.1.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
4.1.3.	Statistika Deskriptif.....	53
4.1.3.1.	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	53
4.1.3.2.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	56

4.1.4. Uji Kualitas Data .....	59
4.1.4.1. Uji Validitas .....	59
4.1.4.2. Uji Reliabilitas .....	60
4.1.5. Uji Asumsi Klasik .....	61
4.1.5.1. Uji Normalitas.....	61
4.1.5.2. Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.1.6. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	63
4.1.7. Uji Hipotesis.....	65
4.1.8. Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	66
4.2. Pembahasan .....	67
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b><i>CURRICULUM VITAE</i></b>	

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Data Konsumen <i>Band</i> Sensor Indonesia 2020 - 2022 .....	34
2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
4.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	54
5.	Hasil Uji Validitas .....	57
6.	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
7.	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	62
8.	Hasil Uji Signifikan Parameter Individual .....	63
9.	Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	64

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Tiket Sheila on 7 <i>Soldout</i> .....	3
2.	Kerangka Pemikiran .....	26
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	47
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	49
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
7.	Rentang Bobot Variabel Kualitas Pelayanan .....	53
8.	Rentang Bobot Variabel Kepuasan Pelanggan .....	56
9.	Hasil Uji Normalitas .....	60
10.	Uji Heteroskedastisitas .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
Lampiran 1 :	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 :	Tabulasi Kuesioner
Lampiran 3 :	Hasil Olah Data SPSS
Lampiran 4 :	Dokumentasi Pendukung
Lampiran 5 :	Surat Keterangan Selesai Penelitian
Lampiran 6 :	Hasil Cek Plagiarisme

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *BAND* SENSOR INDONESIA

Nyimas Melda Rafliyanti, 18612174. Manajemen. STIE Pembangunan  
Tanjungpinang.  
nyimasme@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Band* Sensor Indonesia.

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner yang diisi oleh pelanggan *Band* Sensor Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka untuk mendapatkan literatur yang bermanfaat untuk penelitian..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Band* Sensor Indonesia atau hipotesis ( $H_a$ ) diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu persamaan regresi  $Y = 10,649 + 0,563X + e$ . Nilai konstanta variabel kepuasan pelanggan yaitu 10,649 yang artinya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan *Band* Sensor Indonesia telah memiliki nilai tetap yaitu 10,649 apabila variabel lainnya diabaikan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,563 yang artinya apabila kualitas pelayanan *Band* Sensor Indonesia meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pada pelanggan *Band* Sensor Indonesia juga akan meningkat sebesar 0,563. Namun apabila kualitas pelayanan *Band* Sensor Indonesia turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pada pelanggan *Band* Sensor Indonesia ikut turun sebesar 0,563.

Kata Kunci : Kualitas, Pelayanan, Kepuasan, Pelanggan, *Band*.

Dosen Pembimbing 1 : Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M.

Dosen Pembimbing 2 : Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF SENSOR BAND INDONESIA**

Nyimas Melda Rafliyanti, 18612174. *Management*. STIE Pembangunan  
Tanjupinang.  
nyimasm@gmail.com

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction in the Indonesian Censorship Band.*

*This type of research uses quantitative descriptive. The type of data used is primary data derived from questionnaires filled out by Band Sensor Indonesia customers. This study also used secondary data obtained from literature studies to obtain useful literature for research.*

*The results of this study show that service quality affects customer satisfaction in the Indonesian Censorship Band or the hypothesis ( $H_a$ ) is accepted.*

*The conclusion of this study is the regression equation  $Y = 10.649 + 0.563X + e$ . The constant value of the customer satisfaction variable is 10,649 which means that the satisfaction felt by the customers of the Indonesian Sensor Band has a fixed value of 10,649 if other variables are ignored. The regression coefficient value of the service quality variable is 0.563, which means that if the quality of service of the Indonesian Sensor Band increases by 1 unit, then satisfaction with the Indonesian Sensor Band customers will also increase by 0.563. However, if the service quality of Band Sensor Indonesia decreases by 1 unit, then satisfaction with Indonesian Band Sensor customers also decreases by 0.968.*

*Keywords : Quality, Service, Satisfaction, Customer, Band.*

*Supervisor Lecturer 1 : Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M.*

*Supervisor Lecturer 2 : Octojaya Abriyoso, S.I.Kom., M.M*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dunia bisnis dalam era globalisasi seperti yang tengah terjadi sekarang ini berada dalam situasi yang serba tidak menentu dan sulit sekali untuk diprediksi dalam menghadapi tantangan. Secara internal, organisasi menghadapi masalah produktivitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku pekerja yang semakin hari semakin berat. Sementara secara eksternal, organisasi mendapat tekanan bertubi-tubi dari berbagai penjurur antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga.

Menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berfikir kreatif untuk menemukan berbagai terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi yang memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu unsur terpenting didalam suatu organisasi adalah keunggulan pelayanan yang dimilikinya. Keunggulan pelayanan didalam suatu organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang. Mengingat

betapa pentingnya peran kualitas bagi pelayanan kehidupan suatu organisasi atau perusahaan untuk berupaya meningkatkan potensi yang dimiliki, agar kualitas dan kuantitas pelayanan tersebut dapat bersaing atau setidaknya mampu mengimbangi laju persaingan di dunia usaha.

Musik merupakan karya cipta berupa bunyi atau suara yang memiliki nada, irama dan keselarasan. Pada zaman purbakala musik sudah ada dan dipergunakan sebagai alat untuk mengiringi upacara kepercayaan dari masa ke masa. Kualitas musik Indonesia tidak kalah dengan kualitas musik dunia, musisi Indonesia perlu di apresiasi dengan karya dan kualitasnya yang baik. Jumlah produksi musik baik berupa album maupun *single* di Indonesia sudah semakin banyak.

Ketua Umum Yayasan Anugerah Musik Indonesia (YAMI), Dwiki Dharmawan (2019) mengatakan bahwa AMI Awards mengusung tema “Musik Bahasa Dunia”. Pilihan ini diambil setelah melihat kualitas musisi dan musik Indonesia yang semakin meningkat setiap tahun. "Alasannya karena musisi Indonesia sudah semakin meningkat kualitasnya dan dapat bersaing dengan musisi mancanegara serta telah dinikmati di kalangan internasional," kata Dwiki saat ditemui dalam konferensi pers di Gedung Sarinah, Jakarta Pusat.

Berikut merupakan beberapa *Band* top Indonesia yang merupakan *Band* termahal yang dilansir oleh Galamedia yaitu *Band* Gigi yang selalu dapat menghidupkan aksi panggungnya dengan gaya khas sang vokalis yaitu Armand Maulana yang menariskan harga tinggi untuk penampilan mereka namun tetap bertahan hingga sekarang. Selain *Band* Gigi, *Band* Nidji juga termasuk dalam data

*Band* Indonesia termahal yang lagu-lagunya *Easy listening* dan selalu dapat diterima oleh kaum milenial. Setelah *Band* Gigi dan Nidji, *Band* Legendaris yang di sebut-sebut bertarif tinggi namun selalu di tunggu penampilannya yaitu *Band* Ungu walaupun sempat vakum di dunia *entertainment* namun lagu Ungu tetap saja dikenang begitu juga dengan Ariel sebagai vokalis *Band* Peterpan yang sekarang berganti nama menjadi Noah selalu mendapat tempat di hati para peminatnya. Terakhir, yaitu *Band* Slank dengan ciri khas tersendiri tentu saja pantas untuk Slank menjadi *Band* yang memiliki fanbase terbesar dan termahal. Berbicara tentang kualitas *Band* Indonesia tentu saja berhubungan dengan kepuasan para penikmatnya. Seperti yang diketahui masyarakat Indonesia sangat tertarik dan selalu merasa puas dengan penampilan *Band* top Indonesia hal ini di buktikan dengan lajunya penjualan tiket konser seperti kemarin *Band* Dewa mengadakan konser tiketnya sudah habis lalu yang sedang hangat di bicarakan yaitu tiket Sheila On 7 yang habis dalam waktu 30 menit.

**Gambar 1.1**  
**Tiket Sheila on 7 *Soldout***



Sumber : website liputan 6 (2022)

Diluar itu, *Band-Band* Indonesia juga tidak hanya menyajikan penampilan di Indonesia saja tetapi juga diluar Indonesia di buktikan dengan meluasnya lagu Indonesia di Negara lain dan mendapat komentar positif yang dapat dilihat dari postingan instagram, Youtube dan sebagainya yang secara tidak langsung membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Band* Indonesia memberikan kepuasan tersendiri dalam mendengarkan ataupun membawakan lagu Indonesia.

Berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia; Pelayanan kata dasarnya adalah layan dan kata kerjanya adalah melayani, artinya menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain. Sementara itu Lukman dan Moenir (Batinggi, A Badu, 2013), juga mengatakan “Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan”.

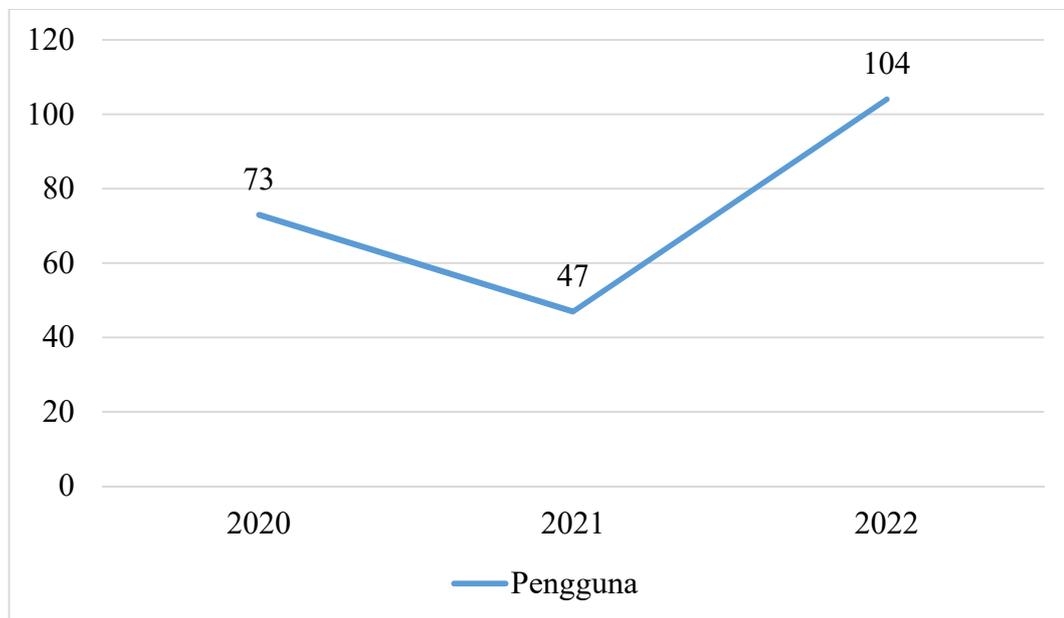
Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen yang berbeda-beda.

Menurut Kotler (Sunyoto, 2013), konsumen bisa mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas

dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas.

Sebagai bahan pertimbangan, data pendukung tentang kepuasan pelanggan *Band Sensor Indonesia* yang dapat disajikan yaitu tingkat pengguna *Band Sensor Indonesia* dari tahun 2020 – 2022 yaitu sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Pengguna Jasa *Band Sensor Indonesia***



*Sumber : diolah oleh peneliti (2023).*

Berdasarkan gambar 1.1 pengguna jasa *Band Sensor Indonesia* di atas maka dapat diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah pengguna pada tahun 2021 yang sebelumnya 73 menjadi 47. Pengguna *Band Sensor Indonesia* menurun pada tahun 2021 karena pandemi Covid-19. Pandemi ini menyebabkan pembatasan perjalanan dan kumpul-kumpul yang diterapkan untuk menekan penyebaran virus telah menyebabkan banyak acara musik dibatalkan atau diundur. Ini berarti bahwa *Band Sensor* tidak dapat tampil sebanyak tahun sebelumnya. Kemudian pada

tahun 2022 terjadi kenaikan jumlah pengguna yang sebelumnya 47 menjadi 104. Pengguna *Band* Sensor Indonesia meningkat pada tahun 2022 karena penyebaran vaksin Covid-19 yang sudah tinggi sehingga menyebabkan pembatasan perjalanan dan kumpul-kumpul telah dicabut atau dikurangi yang memungkinkan *Band* Sensor Indonesia kembali tampil di depan penonton secara langsung.

Pada penelitian ini objek penelitian yang diambil oleh peneliti merupakan salah satu *Band* yang ada di Kota Tanjungpinang yaitu *Band* Sensor Indonesia. *Band* ini merupakan *Band* yang berdiri pada tanggal 20 Oktober 2012 yang beranggotakan 8 personil yaitu vokalis wanita yang bernama Nyimas Melda, vokalis pria yang bernama Wijaya, gitaris yang bernama Eru Andrian, saxophone yang bernama Iqbal Ramadhan, bassis yang bernama Bryan Akbar yang juga merupakan pendiri *Band* ini, keyboardis yang bernama Aji, dan juga kedua drummer *Band* Sensor Indonesia yang bernama Tata dan Zacky. *Band* Sensor Indonesia dapat memainkan beberapa *genre* musik seperti pop, melayu, inggris, dangdut dan beberapa *genre* lainnya tergantung permintaan dari konsumen tetapi lebih berfokus pada *genre* pop dikarenakan mengikuti perkembangan zaman dan sesuai permintaan konsumen. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, ditentukan beberapa fenomena terkait dengan topik yang diangkat.

Terkait dengan permasalahan kualitas pelayanan pada *Band* Sensor Indonesia terdapat beberapa fenomena utama didalamnya yaitu pada masalah *genre* musik yang kerap menjadi problema tersendiri untuk *Band* ini banyaknya permintaan konsumen dengan bermacam *genre* membuat *Band* Sensor Indonesia sedikit kewalahan seperti pada moment pernikahan, calon pengantin yang

mayoritas anak muda menginginkan alunan musik pop mendayu ataupun musik barat romantis sedangkan pihak keluarga pengantin sendiri menginginkan nuansa lama ataupun dangdut yang tentu saja tidak semua dapat dibawakan oleh *Band Sensor Indonesia*, mengingat umur para personil yang masih terbilang muda. Selain itu, terdapat permasalahan pada kepuasan pelanggan *Band Sensor Indonesia* yaitu mengenai harga penampilan dari *Band Sensor Indonesia*. Para konsumen merasa harga yang diberikan oleh *Band* ini terlalu tinggi sebelum melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Band Sensor Indonesia*. Hal ini dapat dikatakan wajar karena konsumen tentu ingin mendapatkan hasil yang terbaik dengan harga seminimal mungkin namun ini menjadi masalah untuk *Band Sensor Indonesia* karena harga yang ditentukan tentu sesuai dengan apa yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian yang dilakukan kepada 3 informan yang terdiri dari 2 pelanggan dan 1 personil sebagai berikut: Menurut VR Kualitas pelayanan yang diberikan *Sensor Indonesia* pada hari pernikahannya sangat memuaskan. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari pihak keluarga yang mengatakan bahwa *Sensor* bisa membawakan lagu-lagu lama yang awalnya keluarga kira tidak akan mampu. Disamping itu, sedikit kritik dari mereka mengenai personil yang hanya terlalu sedikit dikarenakan pengantin mengambil harga rendah. VR mengatakan bahwa ia sangat menyukai cara vokalis menyampaikan isi lagu dan membawa para tamu undangan untuk bernyanyi bersama dan itu membuat VR beserta keluarga merasa puas atas penampilan *Band*

Sensor Indonesia dan berkata akan menghubungi *Band* Sensor Indonesia lagi jika mengadakan acara lainnya.

Menurut UL dengan harga yang sudah di tetapkan Sensor Indonesia sangat menyesuaikan kualitasnya. UL mengatakan beberapa tamu yang turut hadir diacara pernikahannya menanyakan mengenai *Band* ini tentu saja hal ini menjadi suatu kepuasan untuk UL dengan mengundang Sensor Indonesia yang menimbulkan kepuasan bukan hanya untuk keluarganya namun untuk tamu yang hadir. UL sendiri tidak menemukan kekurangan pada sensor Indonesia dan berkata jika ada sanak saudaranya mengadakan acara akan kembali memanggil Sensor Indonesia.

Menurut IQ sebagai saxophonist *Band* Sensor Indonesia IQ mengatakan bahwa dirinya bangga bergabung bersama *Band* ini dikarenakan Kualitas Sensor di akui di Tanjungpinang dibuktikan dengan IQ sendiri hampir setiap hari menghibur khalayak ramai bersama *Band* ini. Saya sebagai pemberi jasa melihat kepuasan konsumen atas penampilan *Band* ini. Banyak juga yang menghubungi saya untuk memanggil *Band* Sensor Indonesia. Kesulitan yang saya rasakan sejauh ini dalam segi lagu saja, memang ada beberapa lagu lama yang tidak familiar di telinga saya namun itu bukan masalah besar karena selama ini dapat teratasi oleh *Band* Sensor Indonesia.

Dari fenomena tersebut, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang apakah betul Sensor Indonesia berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada *Band* Sensor Indonesia”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi rumusan masalah yaitu “Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Band* Sensor Indonesia?”

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka agar penelitian ini lebih terfokus kepada permasalahan yang dibahas dan tidak terlalu luas dalam pemilihan sampel, maka diperlukan batasan masalah yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tahun 2020 – 2022.

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Band* Sensor Indonesia.

## **1.5. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan dapat diambil dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

### **1.5.1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan kepustakaan untuk peneliti selanjutnya, dan juga dapat menjadi salah satu informasi bagi

pembaca yang akan membahas topik serupa khususnya dibidang manajemen pemasaran.

### **1.5.2. Kegunaan Praktis**

#### **1. Bagi Peneliti**

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dalam hal strategi komunikasi pemasaran.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada perusahaan khususnya *Band Sensor Indonesia* untuk membuat sebuah keputusan dalam membuat kebijakan yang mendukung untuk strategi komunikasi pemasaran.

#### **3. Bagi STIE Pembangunan Tanjungpinang**

Dapat menjadi sebuah referensi atau pertimbangan kepada mahasiswa/ mahasiswi yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang dalam menyelesaikan tugas yang berhubungan tentang strategi komunikasi pemasaran.

### **1.6.Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis bagi para pembaca dalam memahami penelitian ini. Masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan gambaran umum dari masalah penelitian yang dilakukan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan

masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II      TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini mencakup teori-teori yang berkaitan dengan pokok permasalahan dan digunakan sebagai tinjauan atau landasan teori dalam menganalisis pemecahan masalah yang telah dikemukakan. Teori-teori ini diambil dari beberapa sumber literatur dan buku-buku rujukan yang saling mendukung untuk memecahkan permasalahan dan akhirnya mencapai tujuan penelitian, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu.

## **BAB III     METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik populasi dan sampling, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

## **BAB IV     HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data dan analisis hasil penelitian dan pembahasan.

## **BAB V      PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan hasil akhir dalam penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Teori**

##### **2.1.1. Manajemen**

###### **2.1.1.1. Pengertian Manajemen**

Menurut Wijaya & Rifa'i (2016) *management* berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur. Menurut Almasri (2016) manajemen adalah ilmu mengenai upaya yang dilakukan manusia untuk memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki agar tercapai tujuan secara efektif dan efisien.

Menurut Mulyadi (2016) manajemen merupakan proses yang dilaksanakan untuk tujuan organisasi melalui kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian.

Menurut Hasibuan (2017) manajemen adalah suatu ilmu dan seni yang mengatur segala proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber – sumber daya lainnya secara efektif dan efisien agar dapat mencapai suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan proses memperoleh suatu tindakan dari orang lain untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

###### **2.1.1.2. Fungsi Manajemen**

Menurut Masram & Mu'ah (2015) fungsi manajemen antara lain sebagai berikut:

1. Perencanaan, fungsi perencanaan yaitu fungsi bagaimana mengelola sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Tujuan dari fungsi ini adalah untuk mencari bagaimana cara atau jalan alternatif untuk tercapainya tujuan dari perusahaan dengan meningkatkan kinerja dan sumber daya yang ada sebaik dan seefisien mungkin.
2. Pengarahan, fungsi pengarahan yaitu memberikan arahan agar seluruh tim dan sumber daya yang ada dapat bekerja untuk tercapainya tujuan bersama. Dan juga, menjalankan segala perencanaan yang telah dibuat agar dapat dijalankan dengan baik.
3. Pengorganisasian, fungsi pengorganisasian yaitu melakukan substruktur pekerjaan yang ada menjadi sub bagian yang kecil agar mudah dikerjakan oleh semua anggota tim. Memberikan fungsi nyata *the right man the right place* dan memastikan seluruh anggota dalam tim tersebut telah mendapatkan porsi dan pekerjaan yang sesuai.
4. Pengawasan, fungsi pengawasan yaitu memastikan bahwa seluruh kegiatan yang telah direncanakan dan diarahkan telah dikerjakan dengan baik dan benar serta sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat.

## **2.1.2. Pemasaran**

### **2.1.2.1. Pengertian Pemasaran**

Menurut Stanton (2013) pemasaran merupakan suatu sistem yang memiliki keterkaitan satu sama lain dan bertujuan untuk melakukan perencanaan, membuat penentuan untuk harga, hingga kegiatan promosi dan pendistribusian

produk baik berupa barang maupun jasa yang dapat memberi kepuasan bagi pelanggan.

Pemasaran adalah sebuah sistem total dari aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan tercapai pasar sasaran serta tujuan dari perusahaan (Priangani, 2013).

Menurut Kotler & Armstrong (2013) pemasaran adalah proses dimana sebuah perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan antar konsumen yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalannya.

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah mewujudkan kesejahteraan perusahaan dan pelanggan, mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi serta memperoleh manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

### **2.1.3.2.Fungsi Pemasaran**

Menurut Firdaus dalam Astuti *et al.* (2016) fungsi pemasaran dapat dikelompokkan antara lain sebagai berikut:

- 1) Fungsi Pertukaran: terdiri dari pembelian dan penjualan.
- 2) Fungsi Pengadaan secara fisik: terdiri dari pengemasan, pengangkutan dan penyimpanan atau pergudangan.
- 3) Fungsi Fasilitas atau fungsi penyediaan sarana: terdiri dari pembiayaan, standarisasi dan *grading*, penanggungan resiko dan informasi pasar.

Selain itu, menurut Manap (2016) fungsi pemasaran dibagi menjadi beberapa yaitu :

1) Fungsi Perencanaan Barang (*Merchandising Function*)

*Merchandising* adalah perencanaan yang berkenaan dengan pemasaran atau jasa yang tepat, jumlah yang tepat, dan harga yang tepat. Maksud dari *merchandising* adalah agar dengan perencanaan tepat dapat diperoleh peluang lebih baik, sehingga dapat menguasai pasar dan perlu diputuskan dari barang dan jasa yang akan dipasarkan, serta kiat dalam para konsumen.

2) Fungsi Pembelian (*Buying Function*)

*Buying* adalah proses *marketing* merupakan fungsi yang menyangkut bagaimana cara memperoleh bahan-bahan dan peluang yang ada dan banyak diminati pasar lainnya. *Buying* berarti membeli dalam arti yang efektif, dimana pihak konsumen tidak menunggu sampai barang atau jasa ditawarkan, melainkan memilih sesuai selera dan kebutuhan konsumen itu sendiri.

3) Fungsi Penjualan (*Selling Function*)

Suatu kegiatan yang berusaha memengaruhi secara efektif calon-calon konsumen untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Sumber pendapatan yang diperlukan untuk memperoleh keuntungan dalam perusahaan.

4) Standarisasi (*Standarization and Grading*)

Usaha untuk menetapkan suatu barang atau ciri-ciri tertentu yang dianggap sama persis seperti kualitas, ukiran, jumlah dan yang dianggap penting lainnya disebut standarisasi. Sedangkan *grading* adalah usaha memilih sekumpulan barang-barang dari berbagai standar atau mutu dan menggabungkannya ke dalam beberapa mutu (*grade*) tertentu.

5) Fungsi Penyimpanan (*Storage Function*)

*Storage* perlu dilakukan mengingat permintaan atas berbagai macam barang mengandung sifat teratur. Hal ini dipengaruhi oleh perubahan selera konsumen tersebut, sehingga peran *storage* dalam menjaga mutu dan meningkatkan mutu akan barang – barang yang disimpan.

6) Fungsi Pengangkutan (*Transport Function*)

Transportasi yaitu suatu proses pemindahan barang atau jasa dari tempat satu ke tempat yang lain, dimana proses ini menciptakan kegunaan tempat (*Place Utility*) dan kegunaan waktu (*Time Utility*). Dengan demikian fungsi pengangkutan jelas merupakan suatu usaha yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran.

7) Fungsi Pembelajaan (*Financing Function*)

Merupakan fungsi untuk mencari dan mengusahakan modal dalam bentuk uang ataupun lainnya guna mengalirnya arus barang atau jasa. Fungsi *financing* ini dapat dipenuhi dari modal sendiri, kredit, dari lembaga keuangan atau pihak luar. Dalam pemasaran fungsi *financing* ini sangat diperlukan untuk memulai suatu usaha produksi utama dalam perusahaan karena apabila fungsi ini macet maka produksi juga akan macet.

#### 8) Fungsi Kemasan (*Packaging Function*)

Pengemasan mencakup aktivitas mengembangkan sebuah wadah dan seluruh desain grafis bagi suatu produk. Kemasan merupakan bagian vital dari sebuah produk, karena kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

#### 9) Fungsi Komunikasi (*Communication Function*)

Dalam fungsi ini dapat kita masukkan segala yang dapat memperlancar hubungan keluar seperti: informasi, riset, surat kabar dan publikasi.

#### 10) Fungsi Pengurangan Resiko (*Risk Bearing Function*)

Dalam pemasaran fungsi resiko dapat bermacam-macam seperti: barang-barang rusak ditengah jalan, kemungkinan terjadi pencurian, barang-barang tersebut dapat terbakar di dalam gudang dan sebagainya.

### **2.1.3. Manajemen Pemasaran**

#### **2.1.3.1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Menurut Nashar (2019) manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat terwujud.

Menurut Haryanto Rudy (2021) manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud agar tercapainya tujuan-tujuan organisasi.

### **2.1.3.2.Fungsi Manajemen Pemasaran**

Menurut Ningrum *et al.* (2020) fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui lingkungan pemasarannya, sehingga bisa diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang akan dihadapi.

Menurut Assauri (2016) fungsi manajemen pemasaran diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu :

1. Fungsi penjualan serta pembelian;
2. Fungsi *supply* fisik, yaitu menyangkut distribusi serta penyimpanan; dan
3. Fungsi penunjang, yaitu pengaman, standarisasi serta *grading*, penanggungungan terhadap resiko yang ada, informasi pasar, serta keuangan.

### **2.1.4. Kualitas Pelayanan**

#### **2.1.4.1.Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Lupiyoadi dalam Thung (2019) kualitas pelayanan merupakan faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan di mana kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen dan sebagai strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan meraih

kesuksesan dalam menghadapi persaingan. Kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan (Normasari *et al.* 2013).

Menurut Kotler dalam Panjaitan & Yuliati (2016) kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan.

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan dalam membuat dan memberikan produk berupa barang atau jasa yang memiliki manfaat sesuai harapan dan keinginan pelanggan.

#### **2.1.4.2.Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Terdapat bermacam faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Terkait hal tersebut, menurut Kasmir, (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Jumlah tenaga kerja

Banyaknya tenaga kerja yang ada dalam suatu perusahaan.

2. Kualitas tenaga kerja

Meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja.

3. Motivasi karyawan

Suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan.

#### 4. Kepemimpinan

Proses mempengaruhi individu, biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak demi tercapainya tujuan perusahaan.

#### 5. Budaya organisasi

Sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain.

#### 6. Kesejahteraan karyawan

Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan oleh suatu perusahaan.

#### 7. Lingkungan kerja

Meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, *layout* gedung dan ruangan, kualitas produk, dan lain sebagainya.

### **2.1.4.3.Aspek Kualitas Pelayanan**

Afandi, (2018) menyatakan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan, perlu diperhatikan aspek-aspek kualitas pelayanan sebagai berikut:

#### 1. Prosedur Pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.

#### 2. Waktu Penyelesaian

Waktu penyelesaian ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian termasuk pengaduan.

#### 3. Biaya Pelayanan

Biaya pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian layanan.

4. Produk Pelayanan

Produk pelayanan, hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

5. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana harus disediakan secara memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.

6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan, harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

#### **2.1.4.4.Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Normasari *et al.*, (2013) indikator kualitas pelayanan dibagi menjadi lima diantaranya: Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik.

- a. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen dengan tepat waktu.
- c. Jaminan (*Assurance*), meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan membuat mereka merasa terbebas dari bahaya dan risiko.
- d. Empati atau peduli, yang meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan, dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan, sebuah perusahaan harus memiliki rasa peduli terhadap konsumennya dengan tidak melupakan kepedulian menurut syariat islam.
- e. Bukti fisik (*Tangibles*), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain – lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

Menurut Tjiptono dalam penelitian Panjaitan & Yuliati (2016) kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima indikator sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

- a. Keandalan, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

- b. Jaminan, yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
- c. Bukti fisik, berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
- d. Empati, berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertingkah demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Daya tanggap, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Menurut Parasuraman *et al* dalam penelitian Normasari *et al.* (2013) ada lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti Fisik (*tangibles*): penampilan fasilitas fisik, peralatan dan personil.
2. Keadaan (*reliability*): kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*): kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap.
4. Jaminan (*assurance*): pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati (*empathy*): syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

## **2.1.5. Kepuasan Pelanggan**

### **2.1.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Normasari *et al.* (2013) kepuasan pelanggan adalah suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya. Menurut Supranto dalam Thung (2019) kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat terkait dengan produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa merupakan suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan.

### **2.1.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Dengan semakin meningkatnya perhatian terhadap kepuasan masyarakat sebagai pelanggan, baik di dunia bisnis maupun dalam pemerintahan, perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut tak terkecuali pada bisnis jasa. Menurut Umar, (2011) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk, mutu pelayanan, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Pendapat lain dikemukakan Irawan et al., (2016) berdasarkan hasil penelitiannya menyatakan ada lima faktor utama menentukan kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, dan biaya untuk mendapatkannya. Selain itu ada satu faktor lain yaitu citra yang terbentuk pada produk.

### **2.1.5.3.Aspek Kepuasan Pelanggan**

Menurut Manurung, (2013) terdapat beberapa aspek atau karakteristik dari kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut.

2. *Performance*

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.

3. *Comparison*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

4. *Confirmation / disconfirmation*

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

#### **2.1.5.4. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indasar (2019) adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain, seperti keluarga, teman, dan lainnya.

Menurut Tjiptono (Panjaitan & Yuliati, 2016) indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

1. *Expectations*: mengukur kualitas barang dan jasa yang diberikan sesuai dengan apa yang dijanjikan dan diharapkan.
2. *Performance*: pelayanan atau kinerja yang baik yang memberikan kepuasan bagi konsumen.

## **2.2. Hubungan Antar Variabel**

### **2.2.1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian Saripudin *et al.* (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid” Vol.

2 No.1, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling* yang berjumlah 96 orang responden. Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh t hitung 12,465 dan F hitung 155,388 dengan tingkat signifikansi menunjukkan  $\text{sig. } 0,000 < 0,05$  yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan dalam uji R interpretasi koefisien korelasi didapat sebesar 0,789, terbukti kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan atau tingkat hubungan kuat. Dari hasil analisis data penelitian diketahui bahwa kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid dipengaruhi sebesar 62,3% oleh kualitas pelayanan, sedangkan 37,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

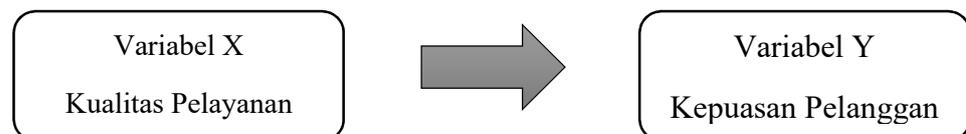
Penelitian Mahira *et al.* (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome” Vol. 2, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan populasi dari penelitian ini yaitu pengguna Indihome di wilayah tanjung priok, Jakarta Utara dengan sampel sebesar 50 pelanggan yang pernah atau sedang menggunakan Indihome dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam

penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS 3.0 Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Dalam sebuah penelitian kerangka pemikiran merupakan sebuah alur yang menggambarkan proses penelitian secara keseluruhan, adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah seperti gambar 2.1 berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



*Sumber: Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2022)*

### 2.4. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran sebelumnya maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yaitu:

$H_a$  : Di duga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada *Band Sensor Indonesia*.

## 2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian Mahira *et al.* (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome” Vol. 2, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan populasi dari penelitian ini yaitu pengguna Indihome di wilayah tanjung priok, Jakarta Utara dengan sampel sebesar 50 pelanggan yang pernah atau sedang menggunakan Indihome dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan software Smart PLS 3.0 Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Saripudin *et al.* (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid” Vol. 2 No.1, 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid. Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling yang berjumlah 96 orang responden. Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati dan variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh t hitung 12,465 dan F hitung 155,388 dengan tingkat signifikansi menunjukkan  $\text{sig. } 0,000 < 0,05$  yang berarti

kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan dalam uji R interpretasi koefisien korelasi didapat sebesar 0,789, terbukti kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan atau tingkat hubungan kuat. Dari hasil analisis data penelitian diketahui bahwa kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid dipengaruhi sebesar 62,3% oleh kualitas pelayanan, sedangkan 37,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Penelitian Prihandoyo (2019) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan” Vol. 10 No. 1, 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan JNE di Balikpapan dimana jasa pengiriman seperti ini sudah semakin banyak pesaingnya. Penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* dan pada tahap analisis akan digunakan uji validitas dan uji reabilitas yang selanjutnya uji hipotesis menggunakan regresi linier berganda serta dilakukan uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil uji simultan bahwa variabel bebas yang meliputi kepuasan yaitu Bentuk Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati secara bersama sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Balikpapan karena Fhitung lebih besar dari Ftabel. Dan berdasarkan uji parsial bahwa variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Balikpapan, karena Daya Tanggap mempunyai thitung lebih besar dari ttabel dan paling besar daripada variabel lainnya.

Penelitian Khatab *et al.* (2019) dengan judul “*The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence from Public Sector and Private Sector Banks in Kurdistan/Iraq*” (Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Bukti dari Bank Sektor Publik dan Swasta di Kurdistan/Irak) Vol. 28, Issue 20, 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah perbankan terhadap terhadap kualitas berbagai layanan yang diberikan oleh bank mereka dan kepuasan mereka terhadap bank. Kualitas layanan diteliti dalam berbagai aspek. Ada juga upaya untuk mengetahui dimensi kualitas layanan mana yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Responden dipilih dengan menggunakan sampling acak bertingkat dari berbagai fitur demografis yang berbeda. Bank dipilih untuk pengambilan sampel baik dari sektor pemerintah maupun swasta. Menggunakan teknik *convenience sampling*, data yang dibutuhkan dikumpulkan dari 384 peserta menggunakan kuesioner terstruktur. Temuan menunjukkan bahwa kualitas layanan dan semua dimensinya berhubungan dengan kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif. Sektor perbankan merupakan industri penting dalam perekonomian Kurdistan dan pada abad terakhir telah melihat perkembangan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan persaingan yang mengancam. Oleh karena itu, penelitian ini secara khusus dilakukan untuk menggali fenomena tersebut dan mencari pembenaran empiris terkait hal tersebut dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan sebagai faktor utama yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Peter & Batonda (2022) dengan judul “*Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Tanzanian Energy Industry: A Case of TANESCO*”

*Residential Customers in Nyamagana District*” (Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Energi Tanzania: Kasus Pelanggan Perumahan TANESCO di Distrik Nyamagana) ISSN: 2456-8678 *International Journal of Engineering, Business and Management*: Vol. 6, Issue 1. 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Tanzania Energy Industry. Data dikumpulkan dari 186 pelanggan perumahan TANESCO di distrik Nyamagana yang dipilih dengan teknik stratified sampling. Penelitian ini menggunakan kuesioner dan tinjauan dokumenter untuk mengumpulkan informasi mengenai topik yang diteliti. Data kuantitatif dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial termasuk analisis korelasi dan regresi Pearson untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, jaminan, berwujud, empati dan daya tanggap berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan juga menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap layanan TANESCO sesuai dengan dimensi kualitas layanan lebih besar daripada persepsi mereka terhadap layanan yang mereka terima dari perusahaan. Studi ini sangat merekomendasikan peningkatan pelayanan TANESCO dalam hal keandalan layanan, jaminan, berwujud, empati dan responsif sebagai cara untuk mencapai kepuasan pelanggan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian kuantitatif menggunakan angka untuk mengumpulkan data, menafsirkan data sampai hasil akhir penelitian. Pendekatan kuantitatif menguji teori-teori dengan meneliti hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Band* sensor Indonesia.

#### **3.2. Jenis Data**

##### **3.2.1. Data Primer**

Menurut Samsu (2017) data primer yaitu data yang langsung dan segera diperoleh dari data oleh peneliti untuk tujuan yang khusus penelitian. Dengan kata lain, data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik melalui observasi maupun wawancara kepada responden dan informan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil kuesioner.

### **3.2.2. Data Sekunder**

Menurut Samsu (2017) data sekunder yaitu data yang telah terlebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang diluar peneliti, walaupun sesungguhnya yang di kumpulkan adalah data yang asli. Dengan kata lain, data sekunder adalah data yang diperoleh atau didapatkan dari sumber kedua, selain dari yang diteliti yang mana tujuannya adalah untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Data sekundern yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari studi pustaka berupa literatur dan referensi yang mendukung penelitian.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2019). Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2019) dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini penulis menggunakan cara atau teknik pengumpulan data dengan kuisisioner, kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

#### **2. Observasi**

Menurut Asyari dalam penelitian Samsu (2017) observasi adalah suatu pengamatan yang khusus dan pencatatan yang sistematis yang ditujukan pada satu

atau beberapa fase masalah dalam rangka penelitian, dengan maksud untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk pemecahan masalah yang dihadapi.

### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka sangat penting dalam melakukan penelitian hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur ilmiah. Studi pustaka dalam penelitian ini merupakan buku-buku pendukung teori, jurnal baik itu jurnal internasional maupun nasional dan lainnya yang dapat mendukung hasil penelitian.

## 3.4. Populasi dan Sampel

### 3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi yang disebut juga dengan situasi sosial terdiri dari tiga elemen yaitu: tempat, pelaku, dan aktivitas yang saling berinteraksi secara sinergis. Pada situasi sosial atau obyek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam pada aktivitas, orang-orang yang ada pada tempat tertentu. Sedangkan menurut Raihan (2017) populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu atau unit yang memiliki karakteristik untuk diteliti seperti kualitas dan kriteria yang telah ditetapkan terlebih dahulu oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 224 orang konsumen *Band Sensor* Indonesia.

**Tabel 3.1**  
**Data Konsumen *Band Sensor* Indonesia 2020 – 2022**

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2020	73 Konsumen

No	Tahun	Jumlah Konsumen
2	2021	47 Konsumen
3	2022	104 Konsumen
<b>Total Konsumen</b>		<b>224 Konsumen</b>

*Sumber : diolah oleh peneliti*

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa *Band Sensor Indonesia* diacara mereka terhitung dari tahun 2020 sampai dengan 2022 sebanyak 224 konsumen.

### 3.4.2. Sampel

Menurut Sujarweni (2014) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena keterbatasannya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* yang ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria atau pertimbangan tertentu dari anggota populasi.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin, adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

$E^2$  = Persentase kelonggaran kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir,  $e = 5\%$  (0,05)

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 224 konsumen, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil dari perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{224}{1 + 224 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{224}{1 + 224 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{224}{1 + 224 (0,0025)}$$

$$n = \frac{224}{1 + 0,56}$$

$$n = \frac{224}{1,56}$$

$n = 143,59$  (dibulatkan menjadi 144)

Dengan menggunakan rumus Slovin dengan standart error 5% maka peneliti mendapatkan jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 144 konsumen.

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan segala sesuatu yang menjadi objek penelitian menurut Kurniawan & Kunto (2013), pada penelitian terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel penelitian ini adalah sesuatu hal yang membentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga

diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.
- 2) Variabel Bebas (*Independent Variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab terjadinya variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan. (Normasari <i>et al.</i> , 2013).	1. Keandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Bukti Fisik  (Normasari <i>et al.</i> , 2013)	1,2 3,4  5, 6 7, 8 9, 10	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya. (Normasari <i>et al.</i> , 2013).	1. <i>Expectations</i> 2. <i>Performance</i>  (Normasari <i>et al.</i> , 2013)	1,2, 3, 4 5, 6, 7, 8	Skala Likert

Sumber: Data yang diolah (2022)

### 3.6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data menjelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data yaitu: pemeriksaan data (*editing*), pengkodean (*coding*), dan pemberian skor (*Tabulating*).

#### 1. *Editing*

*Editing* adalah proses kegiatan memeriksa kembali data yang telah di isi atau di jawab oleh responden (Siyoto & Ali, 2015).

#### 2. *Coding*

*Coding* (pengkodean) adalah pengolahan data dimana jawaban responden diklasifikasikan menurut jenis pertanyaan dengan jalan memberi tanda pada tiap – tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama (Siyoto & Ali, 2015).

#### 3. *Scoring*

*Scoring* (pemberian skor) adalah merubah data yang sifatnya kualitatif menjadi kuantitatif (Siyoto & Ali, 2015). Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan tipe skala Likert dalam pengukurannya. Skala likert ialah skala yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

Skala likert berisi pertanyaan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seseorang terhadap pertanyaan itu. Adapun *alternative* jawaban yang disediakan terdiri dari 5, berupa pertanyaan yang diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju bernilai 5
- b. Setuju bernilai 4
- c. Netral bernilai 3
- d. Tidak Setuju bernilai 2
- e. Sangat Tidak Setuju bernilai 1

#### **4. *Tabulating***

*Tabulating* adalah mengelompokkan jawaban-jawaban berdasarkan kategori yang sama ke dalam bentuk tabel untuk dapat memudahkan dan memahami pembaca (Siyoto & Ali, 2015).

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Menurut Noeraini (2016) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program SPSS. Adapun analisa data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode pengukuran data dan teknik pengelolaan data antara lain adalah sebagai berikut :

#### **3.7.1. Uji Kualitas Data**

##### **3.7.1.1. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2019) validitas adalah tingkat keandalan atau keahlian alat ukur yang digunakan. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika suatu pertanyaan pada suatu kuisisioner mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut.

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah terdapat pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang dibuang atau ganti karena dianggap tidak relevan.

Kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Untuk mengujinya digunakan *pearson correlation*, apabila koefisien *pearson* yang diperoleh signifikan pada level signifikan atau lebih besar dari 0.05 berarti data yang diperoleh valid.

### **3.7.1.2.Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2016) reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsisten suatu alat ukur pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *croanbach alpha*.

Sedangkan reliabel adalah kemampuan kueisioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *alpha Cronbach* 0.00 s.d 0.20, berarti kurang *reliabel*.
2. Nilai *Cronbach* 0.21 s.d 0.40, berarti agak *reliabel*.
3. Nilai *Cronbach* 0.42 s.d 0.60, berarti cukup *reliabel*.
4. Nilai *Cronbach* 0.61 s.d 0.80, berarti *reliabel*.
5. Nilai *Cronbach* 0.81 s.d 1.00, berarti sangat *reliabel*.

### 3.7.2. Uji Asumsi Klasik

#### 3.7.2.1. Uji Normalitas

Perdana (2016) mengartikan Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk mendeteksi masalah normalitas yaitu: uji Kolmogorov-Smirnov yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi berdistribusi normal.

Besarnya probabilitas uji Kolmogorov-Smirnov bisa dilihat dari nilai *asympt.sig* yaitu apabila *asympt.sig. (2-tailed)*  $> 0,05$  maka berdistribusi normal, sebaliknya jika *asympt.sig. (2-tailed)*  $< 0,05$  maka tidak berdistribusi normal.

#### 3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian (Perdana, 2016). Dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang) melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.7.3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi Sugiyono (2016) adalah teknik statistika yang berguna untuk memeriksa dan memodelkan hubungan diantara variabel-variabel. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana.

Analisis ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel penelitian dan mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti menggunakan alat bantu dengan menggunakan aplikasi *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 20 yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

Metode yang digunakan adalah pengolahan data dengan menggunakan regresi linear sederhana. Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh variable X terhadap variabel Y.

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang di dasarkan variabel X

X = Variabel independen

### 3.7.4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikan dari masing-masing koefisien regresi variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terkait (*dependent variable*) maka digunakan uji statistik sebagai berikut :

#### 3.7.4.1. Uji Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel

independent (kualitas pelayanan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Rumus t hitung dalam analisis regresi yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

Keterangan :

$b_i$  = Koefisien regresi variabel i

$s_{b_i}$  = standard error variabel i

Adapun tahap-tahap dalam melakukan uji t :

1. Merumuskan hipotesis

$H_0$  = Secara parsial kualitas pelayan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Band* sensor Indonesia

$H_1$  = Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Band* sensor Indonesia

2. Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikansi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,05 ( $\alpha=5\%$ )

3. Menentukan t hitung

T hitung bisa dilihat pada *table* coefisien<sup>a</sup> pada hasil regresi linier sederhana.

4. Menentukan tabel

Distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 0,025$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) (n-k-1) (n yaitu jumlah kasus dan k yaitu jumlah variabel independent).

5. Kriteria pengujian
  - a. Jika  $t \text{ hitung} \leq \text{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
  - b. Jika  $t \text{ hitung} \geq \text{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
6. Membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel

Membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, apakah  $H_0$  diterima atau ditolak.

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perbandingan diatas dari  $t$  hitung dengan  $t$  tabel, apakah secara parsial variabel independen berpengaruh atau tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### 3.7.4.2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Analisis Koefisien Determinasi dimaksudkan untuk mengetahui berapa besar variabel independent (kualitas pelayanan) secara bersama-sama memiliki dampak terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) yang dinyatakan dalam persentase. Dalam penelitian ini untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent adalah berdasarkan nilai *Adjusted R Square* yaitu *R square* yang telah disesuaikan, ini juga menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. *Adjust R Square* biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independent.

Besarnya koefisien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus :

Keterangan :

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

Kd = Koefisien Determinasi

$r^2 =$  Koefisien Regresi

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengantar Kepuasan Kerja*. Fokusmedia.
- Almasri, M. N. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia: Implementasi Dalam Pendidikan Islam. *Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(2), 133–151. <https://doi.org/10.1002/eji.201370106>
- Assauri, S. (2016). *Manajemen Operasi Produksi*. PT. Grafindo Persada.
- Astuti, T. W., Maharani, E., & Yusmini. (2016). Fungsi-Fungsi Pemasaran Jagung Manis Di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. *Jom Faperta*, 3(2), 1–9.
- Batinggi, A Badu, A. (2013). *Manajemen Pelayanan Publik*. Andi Offset.
- Dr.Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Raja Grafindo Persada.
- Haryanto Rudy. (2021). Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik). In *Duta Media Publishing*.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara.
- Irawan, D., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto. (2016). *Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan*. 1(2), 1–8.
- Khatab, J. J., Esmaeel, E. S., & Othman, B. (2019). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence from Public Sector and Private Sector Banks in Kurdistan/Iraq. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 28(20), 865–872.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi ke 1). Erlangga.
- Kurniawan, D., & Kunto, S. Y. (2013). Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 3.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Wacana Media.
- Manurung, R. M. I. (2013). *Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Inna Dharma Deli*.
- Masram, & Mu'ah. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Zifatama Publisher.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.

- Nashar. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Pena Salsabila. <https://doi.org/10.31227/osf.io/uk5yp>
- Ningrum, A. T., Herwanti, S., & Kaskoyo, H. (2020). Analisis Fungsi Pemasaran Buah Manggis Di Hutan Rakyat Desa Air Kubang Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Hutan Tropis*, 8(2), 221–231. <https://doi.org/10.20527/jht.v8i2.9052>
- Noeraini, I. A. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–17.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1–9.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289.
- Perdana, E. (2016). *OLAH DATA SKRIPSI DENGAN SPSS 22* (Christianingrum (ed.)). LAB KOM MANAJEMEN FE UBB.
- Peter, J. J., & Batonda, G. (2022). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Tanzanian Energy Industry: A Case of TANESCO Residential Customers in Nyamagana District. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 6(1), 47–59. <https://doi.org/10.22161/ijebm.6.1.6>
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Raihan. (2017). Metodologi Penelitian. In *Universitas Islam Jakarta*.
- Samsu. (2017). Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research and Development. In Rusmini (Ed.), *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Masyarakat (PUSAKA)*. Pusaka Jambi.
- Saripudin, A., Oktriawan, W., & Kurniasih, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(01), 48–57. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.03>
- Siyoto, S., & Ali, M. (2015). DASAR METODOLOGI PENELITIAN - Google Books. 2015, June 2015, 63.
- Stanton, W. J. (2013). *Dasar - dasar Pemasaran* (Edisi Ketu). Pressindo.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). ALFABETA.
- Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian Lengkap, Prakits, dan Mudah Dipahami*. PUSTAKABARUPRESS.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen*. CAPS.
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 8(1), 74–95.
- Umar, H. (2011). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia.
- Wijaya, C., & Rifa'i, M. (2016). Dasar Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efesien. In *Perdana*.

## *Curriculum Vitae*



### **A. PERSONAL INFORMATION**

Full Name : Nyimas Melda Rafliyanti  
Gender : Female  
Place and Date of Birth : Tanjungpinang, January 29th, 2000.  
Citizen : Indonesia  
Age : 22 years old  
Present Address : Jalan Sultan Mahmud, No.48.  
Religion : Islam  
Email : nyimasm@gmail.com  
Phone Number / WA : 0852 – 6413 – 8004

### **B. EDUCATIONAL BACKGROUND**

<b>TYPE OF SCHOOL</b>	<b>NAME OF SCHOOL</b>	<b>YEAR COMPLETED</b>
Elementary School	SD Negeri 009 Bukit Bestari	2011
Junior High School	SMP Negeri 10 Tanjungpinang	2014
Senior High School	SMA Negeri 1 Tanjungpinang	2017
University	STIE Pembangunan Tanjungpinang	2023