BAB V

PEMBAHASAN

Service excellence adalah suatu cara pelayanan yang unggul untuk menciptakan kepuasan pada diri konsumen. Setiap orang selalu menginginkan kepuasan dengan apa yang dia dapatkan. Maka suatu keharusan bagi pelayan untuk berhati-hati saat berhadapan dengan konsumen dan sudah menjadi keharusan juga bagi pelayan untuk memberikan pelayanan yang baik dan unggul bagi siapapun yang berada di hadapannya.

Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya adalah satu-satunya koperasi yang ada di Kampus UIN Sunan Ampel itu sendiri sehingga seringkali dijumpai oleh orang-orang yang berlalu lalang di kampus tersebut. Tidak sedikit orang yang melakukan transaksi di koperasi tersebut dan tak sedikit pula orang yang berlalu lalang meskipun hanya sekedar melewatinya. Oleh karena itu, Koperasi Al-Kautsar perlu memperhatikan pelayanan yang disediakannya terutama karyawan-karyawannya. Koperasi harus memiliki pelayanan yang unggul agar bisa diterima dengan baik oleh siapapun yang melihatnya meskipun dia bukanlah konsumen di koperasi tersebut. Namun, hal ini akan menjadi promosi yang baik untuk menciptakan kepuasan bagi yang melihat terutama kepuasan untuk konsumen.

Setelah penulis melakukan penelitian atas pengaruh *service excellence* terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya ini, ada hal-hal yang harus dipahami bahwa ternyata banyak konsumen yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merasa puas dengan pelayanannya, namun tidak sedikit juga yang merasa tidak puas dengan pelayanan tersebut. Melalui penyebaran kuesioner dan observasi langsung terhadap konsumen Koperasi Al-Kautsar di UIN Sunan Ampel Surabaya, peneliti cukup terbantu dalam mengumpulkan data-data yang diinginkan peneliti sehingga peneliti mampu menunjukkan kevalidannya dalam penelitian ini.

Maka dari itu, berdasarkan uji hipotesis yang sudah dilakukan, telah ditemukan pengaruh *service excellence* secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel sebagai berikut:

1. Secara simultan

   Pada penelitian ini telah teruji bahwa pelayanan yang unggul *(service excellence*) secara simultan melalui uji f memiliki pengaruh positif dan signifkan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis Ho ditolah dan Ha diterima. Artinya, *service excellence* yang terdiri dari veriabel kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyaman secara bersama-sama keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya.

   Berdasarkan penyebaran kuesioner yang diberikan langsung kepada resonden, mereka memberikan respon yang cukup baik dengan memberikan pernyataan setuju dan tidak setuju. Dari indikasi frekuensi yang dihasilkan, selisih antara yang menyatakan setuju dengan yang tidak setuju tidak terlalu jauh. Dengan kata lain, selisih antara responden yang menyatakan puas dan yang tidak puas tidak terlalu jauh sehingga ini bisa dikatakan konsumen yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertransaksi di koperasi tersebut kurang puas dengan pelayanan yang didapatkannya.

Memberikan pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pada diri konsumen tidaklah begitu mudah. Harus ada proses yang dilakukan secara terus-menerus, intensif dan terpadu maka hal ini selayaknya perlu mendapatkan perhatian bagi Koperasi Al-Kautsar apabila mereka menginginkan profit yang lebih menguntungkan lagi dengan memperhatikan harapan-harapan yang diinginkan para konsumen Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya.

2. Secara parsial

Pengaruh secara parsial yaitu pengaruh dari masing-maing variabel bebas yang secara individu mempengaruhi variabel terikat dengan tingkat pengaruh yang berbeda-beda. *Service excellence* pada penelitian ini terdapat 4 variabel, diantaranya adalah kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Masing-masing variabel tersebut telah teruji dengan melalui uji t.

a) Pengaruh variabel kecepatan terhadap variabel terikat

Hipotesis pengaruh kecepatan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Uji t menunjukkan nilai signifikansi dan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya, variabel kecepatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen).

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang diberikan langsung kepada resonden, mereka memberikan respon yang cukup baik dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan pernyataan setuju dan tidak setuju. Dari indikasi frekuensi yang dihasilkan, responden yang menyatakan setuju lebih banyak dari yang menyatakan tidak setuju terhadap indikator-indikator kecepatan.

Oleh karena itu, kecepatan pelayan dalam melayani semua kebutuhan konsumen cukup memberikan kepuasan terhadap konsumen namun, hal ini tetap saja perlu diperhatikan oleh pelayan karena masih ada sebagian responden yang menyatakan tidak setuju diantaranya adalah masih ada responden yang menganggap karyawan tidak cepat saat melayani pembayaran di kasir, karyawan tidak cepat dalam menanggapi keluhan konsumen, karyawan tidak cepat dalam mempersiapkan produk yang diinginkan konsumen.

b) Pengaruh variabel ketepatan terhadap variabel terikat

Variabel ketepatan memiliki hasil uji dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (14.948 > 1.962) hitungan tersebut dapat diartikan bahwa terdapat kepuasan konsumen atas pelayanan karyawan. Ketepatan karyawan dalam hal ini mendapatkan tanggapan yang baik oleh responden dan merupakan variabel paling dominan. Meskipun demikian, karyawan masih tetap harus berhati-hati agar kepercayaan selalu tertanam dalam diri konsumen sehingga konsumen selalu merasa puas bahkan loyal terhadap Koperasi Al-Kautsar.

c) Pengaruh variabel keramahan terhadap variabel terikat

Variabel keramahan memiliki hasil uji dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ hitungan tersebut dapat diartikan bahwa terdapat kepuasan konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atas pelayanan karyawan. Berdasarkan penyebaran kuesioner, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11%, yang menyatakan netral 46% dan yang menyatakan setuju 43%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keramahan terhadap variabel terkait mendapatkan respon yang cukup baik. Variabel keramahan perlu ditingkatkan lagi agar mendapatkan respon yang lebih baik pula.

d) Pengaruh variabel kenyamanan terhadap variabel terkait

Variabel keramahan memiliki hasil uji dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ hitungan tersebut dapat diartikan bahwa terdapat kepuasan konsumen atas pelayanan karyawan. Namun, berdasarkan penyebaran konsumen secara langsung kepada responden, menunjukkan bawa prosentase responden yang menyatakan setuju dengan yang menyatakan tidak setuju serta dengan yang menyatakan netral memiliki selisih yang tidak jauh berbeda. Yang menyatakan setuju sebanyak 35%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 31% dan yang menyatakan netral sebanyak 34%.

Hal ini haruslah benar-benar diperhatikan oleh koperasi Al-Kautsar agar tidak terjadi anggapan yang saling tumpang tindih dengan kenyataan yang ada. Melihat prosentase tersebut, dapat dikatakan bahwa variabel kenyamanan mendapatkan respon yang tidak cukup baik. Oleh karenanya, dalam hal kenyamanan koperasi harus memperhatikan fasilitas, kebersihan, kerapian, dan tata ruang serta lokasi yang disediakan agar dapat menciptakan kepuasan pada diri konsumen ini jika mereka memang menginginkan profit yang tinggi lagi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan untuk mengetahui manakah dari variabel *service excellence* yang akan lebih dominan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen di Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya, dapat dilihat dari tabel di bawah ini

Tabel 5.1

Pengaruh variabel bebas terhdap variabel terikat

No	Variabel bebas/independen	Nilai
1	Kecepatan (*Rapidity*)	08.826
2	Ketepatan (*Accuracy*)	14.948
3	Keramahan (*Sociability*)	10.604
4	Kenyamanan (*Comfortability*)	10.156

Sumber : hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari hasil perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa variabel bebas yang memiliki pengaruh lebih dominan adalah variabel ketepatan dengan nilai uji sebesar 14.948. Hasil pengaruh paling dominan tersebut diperoleh dari hasil uji t yang menunjukkan secara parsial variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

Hasil penelitian tersebut menjadi acuan bahwa mayoritas para kosumen di Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya menganggap pelayanan dari segi ketepatan yang diberikan oleh para karyawan terhadap konsumen dianggap mampu memenuhi harapan mereka.

Dari tabel 5.1 menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap variabel terikat. Hal ini menunjukkan bahwa *service excellence* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan di Koperasi Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya. Apabila salah satu dari variabel tersebut tidak terpenuhi, maka pelayanan yang diberikan akan menjadi tidak *excellence*. Sebagaimana Konsep *service of excellence* dalam buku Ruslan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Rosady yang menjelaskan bahwa terdapat 4 (empat) unsur pokok yaitu : 1). Kecepatan, 2). Ketepatan, 3). Keramahan, dan 4). Kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan suatu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa yang diberikan menjadi tidak *Excellence* (unggul), jika salah satu unsurnya kurang.[1]

[1] Ruslan rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Edisi Revisi 10* (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2010), 279

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id