

**Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk dan Pelayanan  
CV. Roda Mas Jaya Semarang**  
(Studi Kasus Pada Konsumen CV. Roda Mas Jaya Semarang)  
**Analysis of Customer Satisfaction Level of Quality Products and Services  
of CV. Roda Mas Jaya Semarang**

**Aditya Tjahya P, Hari Susanta Nugraha, Andi Wijayanto**  
**Email: Aditya.tjahya@yahoo.com**

**ABSTRACT**

The successful key of CV. Roda Mas Jaya Semarang in the field of tire retreading is focus on customer satisfaction in order to survive and dominate the market. In order to improve customer satisfaction, CV. Roda Mas Jaya Semarang trying to provide the kind of products and services superior facilities that aims to satisfy customers. This research is a descriptive survey approach. Sample was 15 companies were taken using census techniques. Measurement scale with a Likert scale. Data collection by interview using a questionnaire. Data analysis using Cartesian diagram.

The results showed that the level of product conformance to customer expectations by 79.31% in the category are satisfied. This means that the performance of the product CV Roda Mas Jaya Semarang meet customers' expectations by 79.31%. Service quality level according to customer expectations by 89.44% in the category are satisfied. This means that the performance of services CV. Roda Mas Jaya Semarang meet customer expectations by 89.44%.

Advice can be given for the company is to improve the performance and speed of the product with specifications in the manufacture of products, as well as timeliness in providing services to customers and compliance with the promised service process.

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

**ABSTRAK**

Kunci sukses CV. Roda Mas Jaya Semarang yang bergerak dalam jasa vulkanisir ban ini adalah dengan memperhatikan kepuasan konsumen/pelanggan agar dapat bertahan dan menguasai pasar. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan/konsumen, maka CV. Roda Mas Jaya Semarang berusaha memberikan jenis produk dan pelayanan fasilitas yang unggul yang bertujuan agar pelanggan/konsumen merasa puas. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan survey. Sampel penelitian berjumlah 15 perusahaan diambil menggunakan teknik sensus. Skala pengukurannya dengan skala Likert. Pengumpulan data dengan wawancara menggunakan alat kuesioner. Analisis data menggunakan diagram kartesius.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian produk dengan harapan pelanggan sebesar 79,31% pada kategori puas. Hal ini berarti kinerja produk CV Roda Mas Jaya Semarang memenuhi harapan pelanggan sebesar 79,31%. Tingkat

kesesuaian kualitas layanan dengan harapan pelanggan sebesar 89,44% pada kategori sangat puas. Hal ini berarti kinerja layanan CV Roda Mas Jaya Semarang memenuhi harapan pelanggan sebesar 89,44%.

Saran yang dapat diberikan untuk perusahaan adalah dengan meningkatkan kinerja produk dengan spesifikasi dan kecepatan dalam pembuatan produk, serta ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan kesesuaian proses pelayanan dengan yang dijanjikan.

*Kata kunci* : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Pelayanan.

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan perekonomian yang semakin pesat menyebabkan persaingan dalam bidang perdagangan maupun jasa semakin kompleks, salah satunya dibidang jasa adalah vulkanisir ban truk. Vulkanisir ban sebagai salah satu industri jasa yang memegang peranan yang sangat penting dalam mendukung perekonomian dan mempengaruhi seluruh aspek kehidupan. Fungsi vulkanisir ban adalah untuk mempertebal ban yang sudah halus menjadi baru lagi. Perusahaan harus dapat memberikan produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, penyerahan lebih cepat, pelayanan yang baik kepada para pelanggan atau konsumen daripada pesaingnya, selain itu perusahaan juga harus dapat bersaing dalam merebut dan mempertahankan pelanggan atau konsumen yang ada.

CV. Roda Mas Jaya Semarang harus mampu memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang sesuai dengan harapan para konsumen. Sedikit saja penyimpangan, misalnya produk yang cacat dan pelayanan tidak sesuai dengan harapan, para konsumen akan menilai buruk. Program pelayanan kepada konsumen dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini produk dan layanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada konsumen/pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola pelanggan terbaik. CV. Roda Mas Jaya Semarang mempunyai jumlah pelanggan yang cukup banyak, tetapi tiap tahunnya mengalami ketidakstabilan jumlah pelanggan, maka peneliti melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan pelanggan/konsumen CV. Roda

Mas Jaya Semarang dengan judul :“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN CV. RODA MAS JAYA SEMARANG”

CV. RODA MAS JAYA Semarang adalah salah satu penyedia jasa vulkanisir ban untuk memberikan kualitas produk ban dan jasa yang lebih baik. Perusahaan yang bergerak dalam jasa vulkanisir ban truk ini harus memperhatikan tentang kepuasan konsumen/pelanggan agar dapat bertahan dan menguasai pasar, karena kepuasan konsumen/pelanggan merupakan kunci sukses bagi CV. Roda Mas Jaya Semarang. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan/konsumen, maka CV. Roda Mas Jaya Semarang berusaha memberikan jenis produk dan pelayanan fasilitas yang unggul yang bertujuan agar pelanggan/konsumen merasa puas, seperti :mengantarkan ban jadi ke konsumen/pelanggan, ban menggunakan karet kualitas nomor satu.Dengan adanya layanan tambahan ini diharapkan pelanggan/konsumen merasa puas.Selain itu, untuk memuaskan pelanggan/konsumen CV. Roda Mas Jaya Semarang menambah jumlah truk baru yang mempunyai kualitas truk yang baik, hal ini bertujuan untuk melayani pengantaran ban kepada konsumen dengan maksimal.

CV. roda Mas Jaya Semarang menyadari terjadinya penurunan jumlah pelanggan maka CV. Roda Mas Jaya Semarang berinovasi untuk memberikan layanan tambahan dan meningkatkan kualitas produknya agar kedepannya jumlah pelanggan tidak menurun. Oleh karena itu penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan / konsumen CV. Roda Mas Jaya Semarang atas kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan?
2. Seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan CV. Roda Mas Jaya Semarang atas kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan?

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan/konsumen CV. Roda Mas Jaya Semarang atas kualitas produk yang diberikan kepada pelanggannya.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan CV. Roda Mas Jaya Semarang atas

kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya.

## **KERANGKA TEORI**

Kepuasan Pelanggan (Umar, 1997:238) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya.

Kualitas Produk (Umar, 2002:32) adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi – fungsinya yang mencakup mutu, ciri dan desain produk.

Kualitas Pelayanan (Kotler, 2003:210) adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik.

## **METODE PENELITIAN, TIPE PENELITIAN, POPULASI DAN SAMPEL**

Metode yang akan dipergunakan dalam penelitian harus dipertimbangkan agar sesuai dengan penelitian yang dilakukan, sedangkan metode penelitian menurut Sugiyono (1994 : 4) dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang yang diteliti.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan survey.

Menurut Gay (Umar, 2000: 87), metode ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada saat berlangsungnya riset.

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2002:108). Dalam penelitiannya populasinya adalah para pelanggan/pengguna jasa yang menggunakan CV. Roda Mas Jaya Semarang pada tahun 2007 - 2011 yaitu sebanyak 15 perusahaan.

Sampel pada CV. Roda Mas Jaya adalah 15 perusahaan, seluruh manager operasional perusahaan.

Berdasarkan sampel penelitian berjumlah 15 perusahaan. Metode sampling yang digunakan adalah Sensus yaitu melakukan pendataan dan observasi menyeluruh terhadap jenis obyek yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2008: 116).

## **PEMBAHASAN**

Hasil analisis kinerja produk-harapan pada kualitas produk menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian produk dengan harapan pelanggan sebesar 79,31% pada kategori puas. Hal ini berarti kinerja produk CV Roda Mas Jaya Semarang memenuhi harapan pelanggan sebesar 79,31%.

Hasil analisis kinerja-harapan pada kualitas pelayanan menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian kualitas layanan dengan harapan pelanggan sebesar 89,44% pada kategori sangat puas. Hal ini berarti kinerja layanan CV Roda Mas Jaya Semarang memenuhi harapan pelanggan sebesar 89,44%.

Hasil penelitian sesuai dengan pendapat Tjiptono (1997 : 24) yang menyatakan bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Lebih lanjut Tjiptono (1997 : 24) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai bila pelanggan merasa bahwa produk dan pelayanan yang dihasilkan oleh perusahaan memenuhi keinginannya dan dipandang relevan dengan kebutuhan serta ada manfaat yang dapat diperoleh dari hasil mengkonsumsi produk tersebut. Faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah (1) kualitas produk dimana pelanggan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas; (2) kualitas pelayanan pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan; (3) faktor emosional dimana pelanggan merasa bangga dan

mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merk tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi; (4) harga dimana produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan value yang lebih tinggi kepada pelanggannya; dan (5) biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk/jasa, dimana pelanggan tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa tersebut.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai analisis tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas produk dan pelayanan CV. Roda Mas Jaya Semarang adalah Dari analisis tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk atas kualitas produk 79,31% pelanggan menyatakan sesuai dan pada kategori puas.

Dari analisis tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan atas kualitas pelayanan 89,44% pelanggan menyatakan sangat sesuai dan pada kategori sangat puas.

Dari analisis kualitas produk tingkat kepuasan tertinggi pada indikator 1 (satu) yaitu kinerja pemakaian produk sedangkan tingkat kepuasan terendah pada indikator 3 (tiga) yaitu kesesuaian produk dengan spesifikasi. Kemudian tingkat kepuasan kualitas pelayanan tertinggi pada pada dimensi empati dan kepuasan terendah pada dimensi kehandalan.

### **Saran**

Dari hasil penelitian kepuasan pelanggan secara umum sudah cukup baik. Untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan hendaknya perusahaan meningkatkan kinerja produk melalui faktor kesesuaian produk dengan spesifikasi dan kecepatan dalam pembuatan produk.

Untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan hendaknya kualitas pelayanan ditingkatkan melalui dimensi kehandalan pada indikator ketepatan waktu

memberikan pelayanan kepada pelanggan dan kesesuaian proses pelayanan dengan yang dijanjikan.

## DAFTAR PUSTAKA

Engel, James F and Black Well. 1995. Perilaku Konsumen. Terjemahan FX Budianto, Jakarta: Aksara Binarupa.

Nazir, M. 2005. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Pratama, Ruditya. E. 2012. Analisis Pemegang Polis Atas Pelayanan Jasa. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ratmiko, Atik. 2006. Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Rosari, Talenta. 2007. Analisa Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.

Salim, Abas. 1995. Manajemen Transportasi. Jakarta: Grafindo Persada.

Supranto. 1997. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. 2003. Metodologi Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 1996. Strategi Bisnis & Manajemen. Yogyakarta: Andi.

----- 1997. Prinsip Total Quality Service. Yogyakarta: Andi.

----- 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

----- 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.