

JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

Vol. 7 No. 1 Oktober 2016

- | | |
|---|-------------------------------------|
| Analisis Pengaruh Kompensasi Manajemen Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia). | Defrizal Faris M. Fardlani |
| Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Monique's Cakery Di Bandar Lampung | Sapmaya Wulan Sayori Rahayu |
| Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Nathani Indonesia Di Bandar Lampung | Hepiana Patmarina Harto Hentonto |
| Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bengkel Pada Q-Noy Variasi Di Bandar Lampung | Endang Sp Sudjito Heri Permadi |
| Analisis Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada PT. Bank Lampung Di Way Kanan | H. Achmad Subing Erwin Hardianto |
| Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil | Prajawantoro Ni Dewa A.D.S. |

| | | | | | |
|----------|--------|-------|---------------|--------------------------------|-------------------|
| JURMABIS | Vol. 7 | No. 1 | Hlm. 01 - 119 | Bandar Lampung Oktober 2016 | ISSN 2087-0701 |
|----------|--------|-------|---------------|--------------------------------|-------------------|



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG (UBL)**

JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

Vol. 7 No. 1 Oktober 2016

Pembina

Dr. Ir. Hi. M. Yusuf Sulfarano Barusman, M.B.A.
Dr. Andala Rama Putra Barusman, S.E., M.A.Ec.

Penanggung Jawab

Dr. Iskandar A.A. S.E., M.M

Ketua Penyunting

Sapmaya Wulan, S.E., M.S.

Penyunting Ahli

Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.S. (Fakultas Ekonomi UNILA)
Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M. (STIE IPWIJA)
Dr. Hanes Riady, M.M., M.B.A. (IBII Jakarta)
Dr. Nur'aeni, M.M. (Fakultas Ekonomi USBRJ)

Penyunting Pelaksana

Ardansyah, S.E., M.M.

Tata Usaha

Hepiana Patmarina, S.E., M.M.

Penerbit

Universitas Bandar Lampung
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Jurnal Manajemen dan Bisnis terbit 2 kali setahun pada bulan Oktober dan April
Artikel jurnal merupakan artikel hasil penelitian (empiris) dan artikel konseptual yang mencakup kajian bidang Manajemen dan Bisnis.

Alamat Redaksi

Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung
Kampus A Jln. Z. A. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142
Telp: 0721-701979 Fax: 0721-701467 Hp: 0811798834 Email: sapmaya.wulan@ubl.ac.id

JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS

Vol. 7 No. 1 Oktober 2016

DAFTAR ISI

- | | |
|--|----------|
| Analisis Pengaruh Kompensasi Manajemen Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia) | 01 - 24 |
| Defrizal Faris M. Fardlani | |
| Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Pada Monique's Cakery Di Bandar Lampung | 25- 44 |
| Sapmaya Wulan Sayori Rahayu | |
| Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Nathani Indonesia Di Bandar Lampung | 45 -65 |
| Hepiana Patmarina Harto Hentonto | |
| Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Bengkel Pada Q-Noy Variasi Di Bandar Lampung | 66 -82 |
| Endang Sp Sudjito Heri Permadi | |
| Analisis Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Produktifitas Kerja Karyawan Pada PT. Bank Lampung Di Way Kanan | 83 - 100 |
| H. Achmad Subing Erwin Hardianto | |
| Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil | 101- 119 |
| Prajawantoro Ni Dewa Ayu Dwi Susanti | |

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE
CABANG LAMPUNG MOBIL**

***EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN
PT. ADIRA DYNAMICS MULTI FINANCE BRANCH LAMPUNG CARS***

Prajawantoro

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung

Jl. ZA. Pagar Alam No. 26 Labuhan Ratu Bandar Lampung 35142.

Tel.0721-701979 Fax. 0721-701463 Hp. 081369779342 email: Prajawantoro@ubl.ac.id

Ni Dewa Ayu Dwi Susanti

Alumni Fakultas Ekonomi Univeristas Bandar Lampung

ABSTRACT

The development of the economy is driving growth in the crediting business sector. Where one of the factors that determine the success rate of service companies is the ability of the company in providing quality services to consumers. Such as PT. Adira Dinamika Multi Finance branch Lampung cars is one of the multifinance companies engaged in the field of motor vehicle financing that concentrates on financing four-wheeled vehicles. Problems faced in this research is the company experiencing fluctuations in sales volume tends to decline, but also, low customer satisfaction. Based on problem identification, the research problem is: Is the quality of service consisting of physical evidence (Tangibles), reliability (Realibility), Responsiveness, assurance and empathy affecting customer satisfaction at PT. Adira Dinamika Multi Finance Branch Lampung cars ? Referring to the formulation of the above problem, the purpose of this research are: To know the influence of service quality consisting of physical evidence (Tangibles), reliability (Realibility), Responsiveness, Assurance and Empathy to Satisfaction Consumers at PT. Adira Dinamika Multi Finance branch Lampung cars. This research method is research of lapanagan and bibliography, its research design is descriptive research with data collection technique using observation, interview, documentation and questionnaire. The population in this study is all consumers with a sample of 100 consumers. Analytical tool used is qualitative and qualitative analysis with multiple regression tool. The result of this research is based on multiple regression test t test for tangible variable obtained t value equal to 2,252 > t table equal to 1,661 meaning that variable of physical evidence (tangible) have a significant effect to consumer satisfaction, thus hypothesis 1 accepted. For the variable reliability (reliability) obtained t value value of 2.277 > t table of 1.661. This means that the variable reliability (reliability) has a significant effect on customer satisfaction satisfaction, thus hypothesis 2 accepted. For the variable responsiveness (responsiveness) obtained t count value of 2.152 > t table of 1.661. This means that the variable responsiveness (responsiveness) has a significant effect on customer satisfaction satisfaction, thus hypothesis 3 accepted. For assurance variables (assurance) obtained t value counted 2.818 > t table of 1.661. This means that the variable assurance (assurance) have a significant effect on customer satisfaction satisfaction, thus hypothesis 4 accepted. For empathy variable (empathy) obtained value of t

count equal to 3,130 > t table equal to 1,661. Based on these clarification can be concluded that all hypothesis proposed can be accepted.

Keywords: Physical Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Pekembangan perekonomian mendorong pertumbuhan pada sektor usaha jasa pengkreditan. Dimana salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Seperti PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil merupakan salah satu perusahaan multifinance yang bergerak dalam bidang pembiayaan kendaraan bermotor yang berkonsentrasi pada pembiayaan kendaraan roda empat. Masalah yang di hadapi dalam penelitian ini yaitu perusahaan mengalami fluktuasi volume penjualan yang cenderung menurun, selain itu juga, rendahnya kepuasan konsumen. Berdasarkan identifikasi masalah maka rumusan permasalahan penelitian ini yaitu: Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Realibility*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil? Mengacu pada perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Realibility*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil. Metode penelitian ini yaitu penelitian lapangan dan kepustakaan, disain penelitiannya merupakan penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen dengan sampelnya sebesar 100 konsumen. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif dengan alat regresi berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan hasil regresi berganda uji t untuk variabel bukti fisik (*tangible*) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,252 > t tabel sebesar 1,661 artinya bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 1 diterima. Untuk variabel keandalan (*reliability*) diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 2,277 > t tabel sebesar 1,661. Artinya bahwa variabel keandalan (*reliability*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 2 diterima. Untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,152 > t tabel sebesar 1,661. Artinya bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 3 diterima. Untuk variabel jaminan (*assurance*) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,818 > t tabel sebesar 1,661. Artinya variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 4 diterima. Untuk variabel empati (*emphaty*) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,130 > t tabel sebesar 1,661. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Kata Kunci: Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Kemajuan perekonomian di era globalisasi ini mendorong pertumbuhan pada sektor jasa. Dimana salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan jasa adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Seringkali perusahaan masih berfokus hanya pada pencapaian produktivitas dan profitabilitas dengan mengabaikan aspek kualitas. Dalam perkembangannya perusahaan jasa menghadapi persaingan yang semakin ketat, harus bersaing dalam masalah kualitas. Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen.

Dewasa ini dampak ekonomi yang tidak stabil membawa pengaruh yang besar sekali terhadap harga produk-produk otomotif maupun kendaraan bermotor. Hal ini sangat bertolak belakang dengan kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap sarana transportasi, maka dari itu pembelian kendaraan bermotor secara kredit melalui jasa lembaga pembiayaan merupakan salah satu alternatif yang ditempuh. Seperti PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil merupakan salah satu perusahaan multifinance yang bergerak dalam bidang pembiayaan kendaraan bermotor yang berkonsentrasi pada pembiayaan kendaraan roda empat. Brand Adira sendiri sudah dikenal oleh masyarakat Lampung sebagai perusahaan yang dapat memberikan solusi pembiayaan. Seperti yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari, seorang konsumen akan membandingkan antara persepsi mereka terhadap pelayanan suatu perusahaan dengan kelima dimensi kualitas pelayanan yang mereka alami. Diantaranya bukti fisik (*tangible*) seperti ruang kantor, tempat parkir dan ruang tunggu, kehandalan (*reliability*) pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan dan memuaskan, daya tanggap (*responsiveness*) karyawan melayani dengan tepat kesulitan yang dihadapi konsumen, salah satu yang

membuat konsumen kecewa terhadap pelayanan yang tidak tanggap adalah konsumen sering merasa diping-pong pada saat mereka membutuhkan informasi, empati (*emphaty*) karyawan melayani konsumen dengan penuh perhatian dan jaminan (*assurance*) sehingga konsumen merasa aman melakukan transaksi di kantor PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil. Berikut disajikan jumlah konsumen dan hasil angket survei kepuasan konsumen pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Jumlah Konsumen PT. Adira Finance Cabang Lampung Mobil 2010-2014

| Tahun | Jumlah Konsumen | Perkembangan % |
|-------|-----------------|----------------|
| 2010 | 2093 | |
| 2011 | 3678 | 76% |
| 2012 | 2074 | -44% |
| 2013 | 2287 | 10% |
| 2014 | 2208 | -3% |

Sumber : PT. Adira finance 2015

Berdasarkan Tabel 1 diatas diketahui bahwa perkembangan jumlah konsumen terjadi fluktuasi cenderung menurun.

Tabel 2. Hasil Angket Survey Kepuasan Konsumen Desember 2014

| Pendapat Konsumen | % |
|-------------------|----|
| Sangat Puas | 10 |
| Puas | 14 |
| Cukup Puas | 11 |
| Kurang Puas | 65 |
| Tidak Puas | 0 |

Sumber : PT. Adira finance 2015

Berdasarkan Tabel 2 diatas hasil angket yang dibagikan kepada konsumen sebanyak 100 konsumen dimana 10% menyatakan sangat puas, 14% menyatakan puas, 11% cukup puas dan 65% menyatakan kurang puas.

Masalah dalam penelitian ini yaitu perusahaan mengalami fluktuasi volume penjualan yang cenderung menurun yang terlihat pada (Tabel 1). Selain itu juga, rendahnya kepuasan konsumen”, hal ini dibuktikan dengan hasil angket yang dibagikan perusahaan kepada konsumen sebanyak 100 konsumen dimana 10% menyatakan sangat puas, 14% menyatakan puas, 11% cukup puas dan 65% menyatakan kurang puas yang terlihat pada (Tabel 2).

Berdasarkan identifikasi masalah maka rumusan permasalahan penelitian ini yaitu: Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil?

Mengacu pada perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil. (2) Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil.

Kerangka Pemikiran

Manajemen. Menurut Appley (dalam Rosyidi, 2010; 16): manajemen adalah seni dan ilmu, dalam manajemen terdapat strategi memanfaatkan tenaga dan pikiran orang lain untuk melaksanakan suatu aktifitas yang diarahkan pada pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Konsep Pemasaran. Salah satu aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan penjualan adalah aspek pemasaran (Kotler, 2009; 10) mengemukakan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan untuk penciptaan, penawaran dan pertukaran nilai produk dengan lainnya.

Manajemen Pemasaran. Menurut Tjiptono (2011; 2): “Manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional”.

Kualitas Pelayanan. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan sebagai tolak ukur adalah kualitas layanan (*service quality*). Kualitas pelayanan merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (Tjiptono, Fandy 2002). Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang diterima (*perceived service*).

Berdasarkan riset yang telah dilakukan, (Gronross dalam Tjiptono, Fandy 2005) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut: (1) *Professionalism and skill*, Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mem-

cahkan masalah mereka secara professional (*outcome-related criteria*). (2) *Attitudes and Behavior*, Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*customer contact personnel*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah (*process-related criteria*). (3) *Accessibility and Flexibility*, Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan, dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes (*process-related criteria*). (4) *Reliability and Trustworthiness*, Pelanggan merasa bahwa apa pun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan (*processrelated criteria*). (5) *Recovery*, Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat (*process-related criteria*). (6) *Reputation and Credibility*, Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai/tambahan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan (*image-related criteria*).

Menurut Tjiptono Fandy dan Gregorius Chandra: 2007; 132-135): bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu: (1) *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. (2) *Reliability* atau keandalan yaitu kemam-

puan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. (3) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada masyarakat, dengan penyampaian informasi yang jelas. (4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai organisasi untuk menumbuhkan rasa percaya masyarakat kepada perusahaan. (5) *Empathy* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada masyarakat dengan berupaya memahami keinginan mereka.

Untuk lebih menjelaskan pembahasan terkait dimensi kualitas pelayanan, maka di bawah ini dijabarkan secara mendetail mengenai kelima dimensi konsep kualitas pelayanan. Antara lain:

Bukti Fisik (Tangible), Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai kualitas suatu pelayanan. Terutama pada organisasi atau perusahaan yang menggunakan bukti fisik sebagai penunjang utama dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006; 181). Bukti fisik suatu perusahaan dapat menunjukkan eksistensinya kepada konsumen. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. *Attribut-attribut* yang ada pada dimensi ini adalah peralatan modern, fasilitas yang berdaya tarik visual, karyawan yang berpenampilan rapi dan professional.

Keandalan (Reliability), Menurut Parasuraman, dkk (dalam Lupiyoadi dan Hamdani 2006; 182), keandalan (*reliability*) yaitu

kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

Ketanggapan (*Responsiveness*), Menurut Parasuraman, dkk dalam (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006;182), daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Dan membiarkan konsumen menunggu merupakan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Jaminan (*Assurance*), Jaminan dalam hal ini merupakan pengetahuan karyawan terhadap produk mereka secara cepat, kesopansantunan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, hingga kemampuan dalam memberikan keamanan dan menanamkan rasa kepercayaan dan keyakinan masyarakat terhadap organisasi (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006; 183).

Empati (*Emphaty*), Sikap empati merupakan sikap yang tulus yang diberikan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen guna memahami keinginan dan kebutuhan mereka. Dengan adanya komunikasi yang baik dan perhatian khusus akan berpengaruh pada kepuasan, karena konsumen merasa kebutuhan dan keluhan mereka ditanggapi dengan baik oleh perusahaan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:184). Atribut-attribut pada dimensi ini adalah memberikan perhatian individual kepada para konsumen, karyawan memahami kebutuhan konsumen dan perusahaan bersungguh-sungguh memperhatikan kepentingan konsumen.

Kepuasan Pelanggan atau Konsumen. Menurut Kottler (2007; 177) : “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang”. Menurut Menurut Wilkie (dalam Tjiptono, 2004; 349): “kepuasan pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidakesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja nyata produk yang dirasakan setelah digunakan. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman pembelian atau transaksi mereka sebelumnya, nasehat teman atau kolega, serta janji dan informasi pemasar dan para pesaingnya (Kotler 2004; 252),

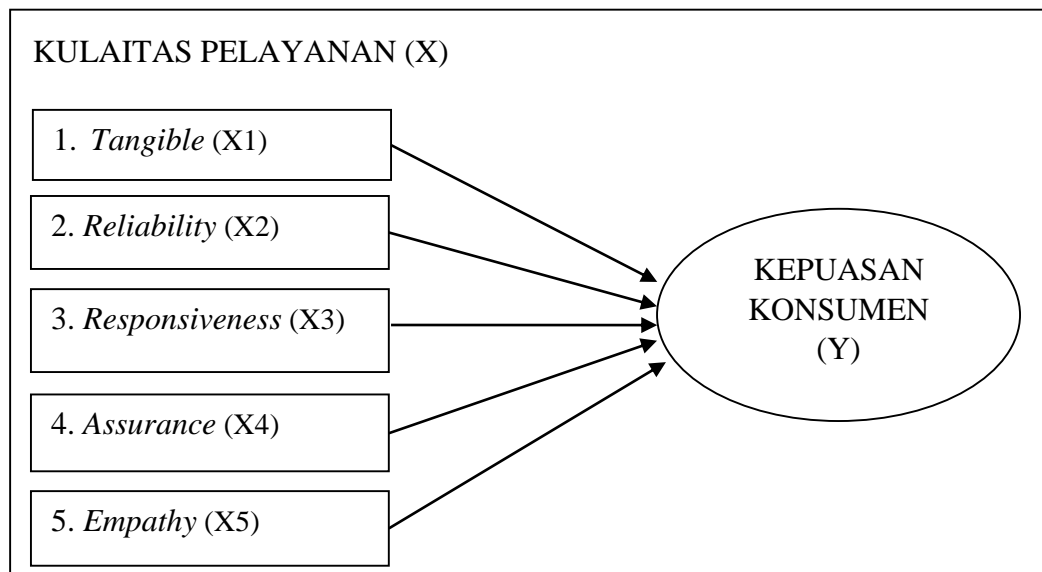
Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya merupakan sesuatu yang sangat sulit didapat jika perusahaan tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Berikut beberapa ciri konsumen yang dapat dikatakan puas menurut Kottler (2000; 91): (1) Loyal terhadap produk, konsumen yang puas cenderung loyal terhadap suatu produk, dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama. (2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan. (3) Kurang memberikan perhatian kepada merek lain dan kurang sensitif pada harga, ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka

perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya yang akan menjadi pertimbangan utama. Adapun harga tidak lagi menjadi pertimbangan utama konsumen karena mereka telah mengetahui kualitas dari produk.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, Menurut Irawan (2004; 37) ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen : kualitas produk, harga, kualitas layanan, faktor perasaan, dan kemudahan. Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau konsumennya. Kotler (dalam Tjiptono, 2004; 366) mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu : sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan,

pembeli bayangan (*ghost shopping*), dan analisis konsumen yang lari (*lost customer analysis*)

Kerangka Konseptual. Kerangka Konseptual merupakan Sebuah model yang baik dapat menjelaskan hubungan antar variabel penelitian, yakni variabel independen dan variabel dependen (Ferdinand, 2006). Untuk memberikan jasa pelayanan yang baik kepada konsumen, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan penentu kepuasan konsumen, yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* (Kotler, Philip 2000). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut akan menjadi acuan dalam paradigma penelitian ini, Berikut Gambar paradigma penelitian yang disusun dalam penelitian ini.



Gambar 1 Paradigma Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Studi Kepustakaan (Library Research), Merupakan pengumpulan referensi berupa teori-teori, pendapat yang dikemukakan oleh para ahli yang diperoleh dari buku-buku ke-

pustakaan serta literatur lainnya yang dijadikan sebagai landasan teoritis dalam rangka melakukan pembahasan. Landasan teori ini dijadikan sebagai pedoman.

Studi Lapangan (Field Research), Merupakan penelitian yang langsung dilaksanakan pada perusahaan atau lembaga yang menjadi

objek penelitian untuk mendapatkan data primer atau data yang sebenarnya serta keterangan-keterangan yang penulis butuhkan.

Desain Penelitian. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara terperinci tentang fenomena sosial dengan menggunakan angka-angka atau statistika dan persentase sebagai alat ukur.

Variabel dan Operasional Variabel

Variabel, menurut Sugiyono (2006; 38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu: (1) Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan, sebab variabilitas atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). (2) Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang berpengaruh positif maupun berpengaruh negatif. Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X), yang terdiri dari beberapa subvariabel: *Tangible* (X₁), *Reliability* (X₂), *Responsiveness* (X₃), *Assurance* (X₄), *Empathy* (X₅).

Operasional variable, merupakan suatu cara yang digunakan untuk mempermudah pengukuran variabel penelitian. Selain itu juga bertujuan untuk memberikan batasan-batasan pada obyek yang akan diteliti. Operasional variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya

terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler Philip 2004). Jadi, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan harapan akan kualitas yang diterimanya dan pengalamannya setelah menerima atau merasakan kualitas pelayanan (2) *Tangible* merupakan fasilitas fisik berupa gedung, tempat parkir, peralatan, dan perlengkapan termasuk penampilan karyawan, diukur dengan kondisi dan lokasi gedung, interior, dan penampilan karyawan. (3) *Reliability* merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan dengan segera, akurat, dan memuaskan, diukur dengan ketepatan waktu pelayanan, kemudahan proses pembayaran, dan ketepatan pelaksanaan program promosi. (4) *Responsiveness* merupakan kesigapan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat, diukur dengan ketepatan menyelesaikan keluhan, selalu siap membantu konsumen, dan kecepattanggapan dalam memberikan pelayanan. (5) *Assurance* merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, diukur dengan ketrampilan karyawan pelayanan yang ramah, kualitas produk sesuai promosi, dan pengetahuan karyawan. (6) *Empathy* merupakan perhatian karyawan untuk memahami kebutuhan pelanggan yang diukur dengan perhatian karyawan yang sungguh-sungguh dan tidak membedakan status sosial pelanggan dalam memberikan pelayanan.

Pengukuran Variabel, Pengukuran variable melalui kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert yang berarti skala yang didasarkan pada ranking yang diurutkan dari jenjang yang tertinggi sampai jenjang yang terendah atau sebaliknya. Dengan pemberian bobot sebagai berikut: skor 5 untuk jawaban sangat setuju, skor 4 untuk jawaban setuju, skor 3 untuk jawaban cukup setuju, skor 2 jawaban tidak setuju dan skor 1 jawaban sangat tidak setuju.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi, ialah gabungan seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006; 223). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pada saat pengumpulan data berada di kantor PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil, Jumlah konsumen sebesar 5.481.

Sampel, adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2006; 91). Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data dari responden yang mewakili populasi. Penentuan sampel berdasarkan responden yang kebetulan ditemui oleh peneliti pada saat pengumpulan data. Dari populasi yang berjumlah 5.481, maka diambil sampel menggunakan rumus Slovin (Umar Husein, 2003).

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

Keterangan: n = Ukuran Sampel, N = Ukuran populasi dan E =Persen tingkat kesalahan yang dapat ditolerir, yaitu 10%. Dari keterangan di atas dapat dihitung sampel minimal sebagai berikut:

$$n = \frac{5481}{1 + 5481 (0,1)^2} = 98,2 \approx 100$$

Berdasarkan rumus Slovin di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98,2 konsumen, dan dibulatkan menjadi 100 konsumen.

Jenis dan Sumber Data

Data primer, adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari responden. Data tersebut adalah hasil jawaban pengisian kuisisioner dari responden yang merupakan konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil

Data Sekunder, Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, berupa data olahan yang fungsinya memperkuat data primer. Sumber data sekunder adalah studi kepustakaan, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan menggunakan buku, internet, jurnal, skripsi terdahulu dan mempelajari literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi, Merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.

Wawancara, Merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya atau berkomunikasi langsung kepada responden ataupun pihak PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil yang memberikan informasi mengenai hal-hal yang diperlukan oleh peneliti.

Dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen atau data-data yang diperoleh PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil.

Kuesioner, Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada konsumen dengan panduan kuesioner. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah *closed ended question*, yaitu bentuk pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas, berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, Augusty 2006). rumus :

$$r_{xy} = \frac{n(n \sum xy - (\sum x \sum y))}{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum m^2 - (\sum x)^2)}$$

Keterangan : r_{xy} = koefisien Korelasi, y = Total Skor, x = Total skor butir / pertanyaan dan n = Jumlah Responden, dengan degree of freedom (df) = (n-2) dan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusannya yaitu variabel dikatakan valid jika r hitung positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, variabel dikatakan tidak valid jika r hitung tidak positif dan $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (Ghozali Imam, 2007)

Uji Reliabilitas, Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensi, atau tidak berubah-ubah (Sugiyono, 2004). Rumus umumnya adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan : r_{ii} = reliabilitas instrumen, k = banyaknya butir pertanyaan, $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir dan σ_t^2 = Varian total. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2007).

Metode Analisis

Analisis Kualitatif, Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010; 1). Untuk menganalisis data yang diperoleh dari kuesioner, digunakan penskalaan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap serangkaian pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Dimana akan diukur dengan berdasarkan hubungan yang berpusat dari konsumen. Untuk menganalisis seperti yang telah dikemukakan sebelumnya pada metode pengumpulan data, bahwa kuesioner yang

dibagikan pada responden bertujuan untuk menguatkan hipotesis yang telah diajukan. Responden yang menjadi sampel diminta untuk memberikan penilaian mengenai variabel-variabel kualitas pelayanan.

Analisis Kuantitatif, Data Kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa angka-angka yang dapat diolah dan dianalisa sesuai dengan metode analisis yang digunakan.

Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan rumus regresi linier berganda Sugiyono (2006; 261), yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan : Y = Kepuasan pelanggan, a = Konstanta, b_1 = Koefisien regresi Bukti Fisik, b_2 = Koefisien regresi keandalan, b_3 = Koefisien regresi Daya Tanggap, b_4 = Koefisien regresi Jaminan, b_5 = Koefisien regresi Empati, X_1 Bukti Fisik, X_2 keandalan, X_3 Daya Tanggap, X_4 Jaminan, X_5 Empati dan e = Error.

Koefisien determinasi (R^2), digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2007).

Uji F, digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Kriteria untuk menguji

hipotesis adalah (Ghozali, 2007). Perumusan hipotesisnya yaitu: $H_0 : b = 0$: tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. $H_1 : b > 0$: ada pengaruh positif antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} , dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka: (1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. (2) apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 di terima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Uji t, menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2007). Hipotesis statistiknya yaitu: $H_0 : b = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen). $H_1 : b > 0$ (ada pengaruh positif antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen). Dasar pengambilan keputusan dapat dengan dua cara: dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_0 ditolak dan H_1 diterima) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y. (H_1 diterima dan H_0 ditolak).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas, Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi product moment. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Nilai korelasi yang berada di atas r tabel yaitu 0,197 menunjukkan sebagai item yang valid.

Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas

| No | Indikator | Korelasi r | Tabel | Keterangan |
|----|--------------------|------------|-------|------------|
| 1 | Bukti Fisik | | | |
| | - Indikator 1 | 0,759 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 2 | 0,836 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 3 | 0,797 | 0,197 | Valid |
| 2 | Keandalan | | | |
| | - Indikator 1 | 0,781 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 2 | 0,719 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 3 | 0,776 | 0,197 | Valid |
| 3 | Daya Tanggap | | | |
| | - Indikator 1 | 0,757 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 2 | 0,743 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 3 | 0,701 | 0,197 | Valid |
| 4 | Jaminan | | | |
| | - Indikator 1 | 0,756 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 2 | 0,625 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 3 | 0,740 | 0,197 | Valid |
| 5 | Empati | | | |
| | - Indikator 1 | 0,797 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 2 | 0,742 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 3 | 0,810 | 0,197 | Valid |
| 6 | Kepuasan Pelanggan | | | |
| | - Indikator 1 | 0,709 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 2 | 0,677 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 3 | 0,708 | 0,197 | Valid |
| | - Indikator 4 | 0,660 | 0,197 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,197. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas, Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada Tabel 4. berikut ini:

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas

| Variabel | Alpha | Keterangan |
|--------------|-------|------------|
| Bukti Fisik | 0,894 | Reliabel |
| Keandalan | 0,846 | Reliabel |
| Daya Tanggap | 0,851 | Reliabel |
| Jaminan | 0,827 | Reliabel |
| Empati. | 0,881 | Reliabel |
| Kepuasan | 0,808 | Reliabel |
| Pelanggan | | |

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 18 diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha > 0,60 sehingga dapat dikatakan semua pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

Gambaran Umum Responden. Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 100 buah kuesioner. Penyajian data mengenai identitas responden disini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri dari responden. Adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin dan pekerjaan. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Jenis kelamin dapat memberikan perbedaan pada perilaku seseorang. Dalam suatu proses pembelian, jenis kelamin seringkali dapat menjadi pembeda aktivitas dan keputusan pembelian yang dilakukan oleh seseorang. Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------|------------------|------------|
| Laki-laki | 68 | 68 |
| Perempuan | 32 | 32 |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 68 orang (68,0%) sedangkan responden perempuan sebanyak 32 orang atau 32%. Hal ini dikarenakan laki-laki banyak yang berprofesi sebagai pekerja yang memiliki mobilitas tinggi dengan menggunakan mobil.

Responden Berdasarkan Pekerjaan, Pekerjaan akan menunjukkan status sosial yang akan mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Pekerjaan seseorang akan berperan dalam pengambilan keputusan. Komposisi responden menurut jenis pekerjaan yang disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Frekuensi | Persentase |
|----------------|-----------|------------|
| Pegawai Negri | 20 | 20 |
| Pegawai Swasta | 27 | 27 |
| Wiraswasta | 42 | 42 |
| Lain-Lain | 11 | 11 |
| Jumlah | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 6. diatas menunjukkan data bahwa jumlah responden yang terbanyak adalah dari kelompok responden dengan pekerjaan wiraswasta yaitu sebanyak 42 orang atau 42,0% dari jumlah responden. Hal ini dikarenakan banyaknya penduduk Lampung yang berprofesi sebagai wiraswasta.

Analisis Kualitatif

Tanggapan responden terhadap variabel penelitian merupakan tanggapan responden terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi tanggapan tentang bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan pelanggan.

Analisis Indeks Jawaban, Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya variabel-variabel penelitian yang digunakan, kuesioner yang dibagikan menggunakan skala Likert. Maka perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{(\%F_1X_1) + (\%F_2X_2) + (\%F_3X_3) + (\%F_4X_4) + (\%F_5X_5)}{5}$$

Dimana : F1 : adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner. F2 : adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner. F3 : adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner. F4 : adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner. F5 : adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

Pada kuisioner penelitian ini, angka jawaban responden tidak dimulai dari angka 0, melainkan dari angka 1 hingga 5. Oleh karena

itu angka indeks yang dihasilkan akan dimulai dari angka 4 hingga 24. Dalam penelitian ini digunakan kriteria 3 kotak (*three box method*), maka rentang sebesar 68,01 akan dibagi 3 dan menghasilkan rentang sebesar 31,99. Rentang tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan indeks persepsi konsumen terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini (Ferdinand, 2006; 292), yaitu sebagai berikut : 68,01 – 100,00 = Tinggi , 36,01 – 68,00 = Sedang dan 4,01 – 36,00 = Rendah.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Bukti Fisik (Tangible), Hasil tanggapan terhadap variabel tangible dapat dijelaskan pada Tabel 7.

Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik (*Tangible*)

| No | Indikator | Skor | | | | | Jumlah | Indeks | Kreteria |
|-----------|---|------|----|----|----|-----|--------|--------|----------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1 | Kondisi gedung dan fasilitas yang disediakan Adira Finance baik | 15 | 42 | 36 | 7 | 0 | 365 | 73,00 | Tinggi |
| 2 | Adira Finance menggunakan peralatan dan teknologi yang modern | 22 | 34 | 38 | 6 | 0 | 372 | 74,40 | Tinggi |
| 3 | Tempat parkir Adira Finance memadai dan aman | 29 | 36 | 29 | 6 | 0 | 388 | 77,60 | Tinggi |
| 4 | Penampilan karyawan Adira Finance rapi dan menarik | 13 | 49 | 28 | 9 | 0 | 367 | 73,40 | Tinggi |
| Rata-rata | | | | | | | 373 | 74,60 | Tinggi |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan data Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju. Penilaian setuju oleh responden terhadap bukti fisik (*tangible*) diperoleh rata-rata skor sebesar 74,60. Artinya, tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap bukti

fisik (*tangible*) yang dipersiapkan PT. Adira Finance Cabang Lampung Mobil.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Keandalan (Reliability), Hasil tanggapan terhadap variabel keandalan (*reliability*) dapat dijelaskan pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Keandalan (*Reliability*)

| No | Indikator | Skor | | | | | Jumlah | Indeks | Kreteria |
|-----------|---|------|----|----|----|-----|--------|--------|----------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1 | Adira Finance memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat | 30 | 47 | 14 | 8 | 0 | 400 | 80,00 | Tinggi |
| 2 | Adira Finance menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan | 14 | 50 | 30 | 5 | 0 | 374 | 74,20 | Tinggi |
| 3 | Adira Finance menyelesaikan keluhan Anda dengan baik | 14 | 52 | 27 | 6 | 0 | 375 | 74,80 | Tinggi |
| 4 | Prosedur pelayanan Adira Finance disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti. | 18 | 60 | 19 | 3 | 0 | 393 | 78,60 | Tinggi |
| Rata-rata | | | | | | | 385.5 | 76,90 | Tinggi |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju. Penilaian setuju oleh responden terhadap kehandalan (*reliability*), diperoleh rata-rata skor sebesar 76,90. Artinya, tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap kehandalan

(*reliability*) PT. Adira Finance Cabang Lampung Mobil.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Daya Tanggap (Responsiveness), Hasil tanggapan terhadap variabel daya tanggap (*responsiveness*) dapat dijelaskan Table 9.

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Daya Tanggap (*Responsiveness*)

| No | Indikator | Skor | | | | | Jml | Indeks | Kreteria |
|-----------|--|------|----|----|----|-----|-------|--------|----------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1 | Karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan anda | 27 | 55 | 14 | 4 | 0 | 405 | 81,00 | Tinggi |
| 2 | Karyawan selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang anda hadapi | 36 | 46 | 16 | 2 | 0 | 416 | 83,20 | Tinggi |
| 3 | Karyawan melayani dengan cepat dan tepat | 21 | 56 | 20 | 2 | 0 | 397 | 79,40 | Tinggi |
| 4 | Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti | 34 | 47 | 18 | 1 | 0 | 414 | 82,80 | Tinggi |
| Rata-rata | | | | | | | 408,0 | 81,60 | Tinggi |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 9 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju, diperoleh rata-rata skor sebesar 81,60. Artinya, tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap daya tanggap (*responsiveness*) karyawan PT.

Adira Finance Cabang Lampung Mobil.

Tanggapan Responden terhadap Variabel Jaminan (Assurance), Hasil tanggapan terhadap assurance dapat dijelaskan pada Tabel 10.

Tabel 10. Tanggapan Responden Terhadap Jaminan (*Assurance*)

| No | Indikator | Skor | | | | | Jml | Indeks | Kreteria |
|-----------|---|------|----|----|----|-----|--------|--------|----------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1 | Adira Finance memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan kepada Anda | 11 | 43 | 38 | 7 | 0 | 358 | 71,6 | Tinggi |
| 2 | Karyawan Adira Finance menumbuhkan rasa aman dalam memberikan pelayanan | 16 | 50 | 32 | 1 | 0 | 381 | 76,2 | Tinggi |
| 3 | Adira Finance memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan | 14 | 45 | 31 | 9 | 0 | 364 | 72,8 | Tinggi |
| 4 | Karyawan Adira Finance selalu bersikap ramah dan sabar | 9 | 37 | 48 | 5 | 0 | 350 | 70,0 | Tinggi |
| Rata-rata | | | | | | | 363,25 | 72,65 | Tinggi |

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 10 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju, diperoleh rata-rata skor sebesar 72,65. Artinya, tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap jaminan (*assurance*) yang diberikan PT.

Adira Finance Cabang Lampung Mobil .

Tanggapan Responden terhadap Variabel Empati (Emphaty), Hasil tanggapan terhadap empati (*emphaty*) dijelaskan pada Tabel 11.

Tabel 11. Tanggapan Responden Terhadap Empati (*Emphaty*)

| No | Indikator | Skor | | | | | Jml | Indeks | Kreteria |
|-----------|---|------|----|----|----|-----|--------|--------|----------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1 | Karyawan memahami kebutuhan dan harapan anda | 26 | 43 | 26 | 4 | 0 | 392 | 78,4 | Tinggi |
| 2 | Karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan Anda | 16 | 48 | 33 | 2 | 0 | 379 | 75,8 | Tinggi |
| 3 | Karyawan memberika perhatian khusus kepada Anda | 30 | 46 | 20 | 4 | 0 | 402 | 80,4 | Tinggi |
| 4 | Karyawan sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan Anda | 27 | 55 | 17 | 1 | 0 | 408 | 81,6 | Tinggi |
| Rata-rata | | | | | | | 395,25 | 79,05 | Tinggi |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 11 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju, diperoleh rata-rata skor sebesar 79,05. Artinya, tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap empati (*empathy*) para karyawan PT. Adira

Finance Cabang Lampung Mobil .

Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen, Hasil tanggapan terhadap kepuasan konsumen dapat dijelaskan pada Tabel 12.

Tabel 12. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan

| No | Indikator | Skor | | | | | Jumlah | Indeks | Kreteria |
|-----------|---|------|----|----|----|-----|--------|--------|----------|
| | | SS | S | CS | TS | STS | | | |
| 1 | Pelayanan Adira Finance memuaskan | 21 | 39 | 36 | 3 | 0 | 379 | 75,8 | Tinggi |
| 2 | Informasi yang diberikan Adira Finance sesuai dengan harapan Anda | 15 | 65 | 19 | 0 | 0 | 396 | 79,2 | Tinggi |
| 3 | Berminat untuk merekomendasikan Adira Finance kepada orang lain | 26 | 55 | 18 | 1 | 0 | 406 | 81,2 | Tinggi |
| 4 | Berminat untuk kembali menggunakan jasa Adira Finance | 16 | 44 | 33 | 6 | 0 | 371 | 74,2 | Tinggi |
| Rata-rata | | | | | | | 388 | 77,60 | Tinggi |

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 12 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju, diperoleh rata-rata skor sebesar 77,60. Artinya, tanggapan responden menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Adira Finance Cabang Lampung Mobil.

Analisis regresi linier berganda. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows* versi 18.0. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS* selengkapnya disajikan pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized | | Standardized | | t | Sig. |
|-------|----------------|------------|--------------|-------|-------|-------|
| | Coefficients | | Coefficients | | | |
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | 1.753 | 1.289 | | 1.359 | 0.177 |
| | BuktiFisik | 0.127 | 0.056 | 0.174 | 2.252 | 0.027 |
| | Keandalan | 0.164 | 0.072 | 0.189 | 2.277 | 0.025 |
| | DayaTanggap | 0.154 | 0.071 | 0.169 | 2.152 | 0.034 |
| | Jaminan | 0.210 | 0.074 | 0.229 | 2.818 | 0.006 |
| | Empati | 0.240 | 0.077 | 0.288 | 3.130 | 0.002 |

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen

Sumber: Output data olahan *SPSS* 2015

Berdasarkan Tabel 13 diatas maka model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari

hasil standardized coefficients tersebut, persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 1,753 + 0,127 X_1 + 0,164 X_2 + 0,154 X_3 + 0,210 X_4 + 0,240 X_5 + 1,289$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut : Koefisien regresi variabel bukti fisik (*tangible*) mempunyai nilai koefisien variabel sebesar 0,127 yang berarti kontribusi variabel bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi variabel keandalan (*reliability*) mempunyai nilai koefisien variabel sebesar 0,164 yang berarti kontribusi variabel keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,164. Koefisien regresi variabel daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai nilai koefisien variabel sebesar 0,154 artinya kontribusi variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen. Koefisien regresi variabel jaminan (*assurance*) mempunyai nilai koefisien variabel sebesar 0,210 artinya kontribusi variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,210. Koefisien regresi variabel empati (*empathy*) mempunyai nilai koefisien variabel sebesar 0,240 artinya kontribusi variabel empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,240. Artinya variabel *empathy* mempunyai kontribusi paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Uji t, hasil dari uji t berdasarkan Tabel 13 diatas yaitu hasil pengujian terhadap variabel bukti fisik (*tangible*) diperoleh nilai t hitung = 2,252 dengan nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,252) > t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Untuk variabel keandalan (*reliability*) diperoleh nilai t hitung = 2,277 dengan nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $f = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t

sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,277) > t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa *reliability* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh nilai t hitung = 2,152 dengan nilai signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,152) > t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Untuk variabel jaminan (*assurance*) diperoleh nilai t hitung = 2,818 dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (2,818) > t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Untuk variabel empati (*empathy*) diperoleh nilai t hitung = 3,130 dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung (3,130) > t tabel (1,661) yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa perhatian (*emphaty*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapatditerima.

Uji F, bertujuan untuk menguji hubungan signifikansi antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan atau bersama-sama. Hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh pada Tabel 14 berikut:

Tabel 14. Hasil Pengujian Uji F

| | | ANOVA ^b | | | | |
|---|--------------|-----------------------|-----------|--------------------|----------|-------------------|
| | <i>Model</i> | <i>Sum of Squares</i> | <i>df</i> | <i>Mean Square</i> | <i>F</i> | <i>Sig.</i> |
| 1 | Regression | 227.442 | 5 | 45.488 | 25.833 | .000 ^a |
| | Residual | 165.518 | 94 | 1.761 | | |
| | Total | 392.960 | 99 | | | |

a. *Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, DayaTanggap, Jaminan, Keandalan*

b. *Dependent Variable: Kepuasankonsumen*

Sumber: output data SPSS 2015

Berdasarkan Tabel 14 di atas diketahui bahwa hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 25,833 > F tabel 2,31 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Artinya secara bersama-sama variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh positif terhadap

kepuasan konsumen. Yang berarti hipotesis yang diajukan dapat diterima.

Koefisien determinasi, hasil dari pengujian koefisien determinasi dapat terlihat pada Tabel 15 berikut.

Tabel 15. Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | | |
|---------------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|--|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | |
| dimension0 | 0.761 ^a | 0.579 | 0.556 | 1.32696 | |

a. *Predictors: (Constant), Empati, BuktiFisik, DayaTanggap, Jaminan, Keandalan*

Sumber : output data olahan SPSS 2015

Berdasarkan Tabel 14 di atas diketahui hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,579. Hal ini berarti 57,9% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, sedangkan sisanya yaitu 42,1% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan maka tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari

bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan konsumen pada PT. Adira Dinamika Multi Finance cabang Lampung Mobil. Berdasarkan tujuan tersebut diperoleh hasil yaitu Hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 2,252 > t tabel sebesar 1,661 menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 1 diterima. Untuk variabel keandalan (*reliability*) diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 2,277 > t tabel sebesar 1,661. Artinya bahwa variabel keandalan (*reliability*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 2 diterima. Untuk vari-

abel daya tanggap (*responsiveness*) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,152 > t tabel sebesar 1,661. Artinya bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 3 diterima. Untuk variabel jaminan (*assurance*) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,818 > t tabel sebesar 1,661. Artinya variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 4 diterima. Untuk variabel empati (*emphaty*) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,130 > t tabel sebesar 1,661. Artinya variabel empati (*emphaty*) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis 5 diterima. Berdasarkan uji koefisien determinasi bahwa secara bersama-sama variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh atau dapat menjelaskan variabel kepuasan konsumen sebesar 57,9%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, Augusty 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam, 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi Pertama). Terjemahan oleh A. B. Susanto. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melenium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Rosyidi. 2010. *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R & D*, Cetakan ke-14. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 2. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

UMUM

Artikel berupa kajian bidang Manajemen dan Bisnis baik artikel hasil penelitian maupun artikel konseptual yang belum pernah dipublikasikan atau tidak sedang dikirim ke jurnal lain. Naskah dikirim sebanyak dua eksemplar dan file naskah dalam DVD dengan microsoft office word 93-2007 disertai biodata penulis dalam lembar terpisah. Kepastian pemuatan akan diberitahu secara tertulis.

SISTEMATIKA PENULISAN

Artikel hasil penelitian terdiri atas: judul, nama dan alamat lembaga penulis, abstrak, kata kunci, pendahuluan, metode penelitian, hasil dan pembahasan, kesimpulan dan daftar pustaka. **Artikel konseptual** terdiri atas: judul, nama dan alamat lembaga penulis, abstrak, kata kunci, pendahuluan, pembahasan, kesimpulan dan daftar pustaka.

Judul tidak boleh melebihi 14 kata (bahasa Indonesia) dan 12 kata (bahasa Inggris).

Nama Penulis ditulis lengkap tanpa gelar akademik disertai nama institusi tempat bekerja dan alamatnya.

Abstrak ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris (cetak miring) kurang lebih 200 kata dalam satu paragraf yang berisi masalah dan permasalahan, tujuan penelitian, metode penelitian, hasil dan kesimpulan.

Kata Kunci mencerminkan konsep pokok artikel, jumlah antara 3-6 kata dalam bahasa Inggris.

Pendahuluan artikel hasil penelitian berisi: latar belakang, masalah, permasalahan, tujuan, kajian teoritis/kerangka pemikiran dan hipotesis. Artikel konseptual berisi: hal menarik yang menjadi acuan (konteks) permasalahan, diakhiri rumusan singkat hal pokok yang akan di bahas dan tujuan pembahasan.

Metode Penelitian berisi: desain penelitian, sasaran penelitian (populasi, sampel dan teknik sampling), sumber data, teknik pengumpulan data dan metode dan teknik analisis yang ditulis dengan format esei .

Hasil dan Pembahasan artikel hasil penelitian berisi: jawaban pertanyaan penelitian, proses mendapatkan, menginterpretasikan temuan, mengaitkan temuan dengan pengetahuan, memunculkan serta memodifikasi teori. Artikel konseptual berisi: kupasan, analisis, argumentasi, komparasi, keputusan serta pendirian atau sikap penulis tentang masalah yang dibahas.

Kesimpulan artikel hasil penelitian berisi: ringkasan dan pengembangan pokok-pokok pikiran berdasar temuan, pengembangan teori dan penelitian lanjutan. Artikel konseptual berisi: penegasan atas masalah yang telah dibahas sebelumnya dan beberapa alternatif penyelesaian.

Daftar Pustaka. Semua rujukan dimuat dalam daftar pustaka dan ditempatkan pada halaman terakhir menyatu dengan tubuh artikel.

FORMAT PENULISAN

Artikel diketik pada kertas A4 dengan spasi tunggal (1 spasi), tipe huruf *times new roman* 12, margin tepi atas kertas 1,4", tepi bawah 1,2", tepi kiri 1", dan tepi kanan 1", panjang artikel 15-25 halaman, ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baik dan benar serta disajikan secara naratif dan tidak bersifat numerik.

Judul artikel ditulis dengan huruf *times new roman* 14 dengan huruf kapital, bold, diletakkan di tengah. **Judul bab**, huruf kapital ukuran 12, bold, diletakkan di tengah. Sub judul, huruf besar kecil, bold, diletakkan di tepi kiri. Sub-sub judul dengan huruf besar kecil cetak miring, bold, diletakkan di tepi kiri.

Daftar Pustaka disusun berdasarkan urutan abjad nama akhir. Jika nama lebih dari satu kata maka diawali dengan nama akhir koma diikuti nama awal. Contoh penulisan daftar pustaka:

Artikel dalam Buku:

Hasibuan, Malayu . 1997. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: CV Haji Masagung

Artikel dalam Buku Kumpulan Artikel:

Noviyani, Putri. 2002. Pengaruh Pengalaman dan Pelatihan terhadap Pengetahuan Auditor tentang Kekeliruan. *Simposium Nasional Akuntansi 5* (hlm.76-92). Semarang: IAI.

Artikel dalam Jurnal:

Wijayanto, Bayu. 2003. Efek Gangguan Permintaan dan Penawaran terhadap Fluktuasi Inflasi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.9 No.2 (September), hlm. 169-181.

Artikel dalam Majalah atau Koran:

Oktavia, Tiur S dan Santi, Joice T. 3 Juli, 2007. Bisnis Perbankan: Masyarakat Perlu Melek Investasi. *Kompas*, hlm. 21.

Artikel dalam Majalah/Koran Tanpa Penulis:

Lampung Post. 2007, 29 September. *Akses Modal Terbatas, UKM Gulung Tikar*. hlm. 21.

Dokumen Tanpa Pengarang dan Lembaga:

Undang-undang Republik Indonesia No.2 Tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional. 1990. Jakarta:PT Armas Duta.

Dokumen atas Nama Lembaga:

Ikatan Akuntan Indonesia. 2002. *Standar Profesional Akuntan Publik*. Jakarta: Salemba Empat.

Karya Terjemahan:

Porter, Michael E. 1993. *Teknik Menganalisis Industri dan Bersaing*. Terjemahan oleh Agus Maulana. Jakarta: Erlangga.

Skripsi, Tesis atau Disertasi:

Alghifari, Abizar. 2008. *Analisis Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen CV.Retina Printing di Bandar Lampung*. Skripsi tidak diterbitkan. Bandar Lampung: FE-UBL.

Makalah Seminar, Penataran, atau Lokakarya:

Kadir, Samsir. 1996. *Mentalitas dan Etos Kerja*. Paper Seminar Nasional Strategi Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, 16-17 Juni.

Internet Karya Individual:

Purwanto, Andi T. 2004. *Manajemen Lingkungan: Dulu, Sekarang, dan Masa Depan*. (Online), (<http://andietri.tripod.com/index.htm>, diakses 14 Februari 2007).

Internet Artikel dari Jurnal

Kumaidi. 1998. Pengukuran Awal Belajar dan Pengembangan Tes. *Jurnal Ilmu Pendidikan*. Jilid 5 No.4. (Online), (<http://www.malang.ac.id>, diakses 20 Januari 2000).

Penyajian Tabel

Nomor tabel menggunakan angka arab, Nomor dan judul tabel ditempatkan di atas tabel dari tepi kiri tidak diakhiri titik. Judul lebih dari satu baris diberi jarak satu spasi. Tabel tidak menggunakan garis vertikal. Teks sebelum dan sesudah tabel diberi jarak 2 sd 3 spasi. Jika lebih dari satu halaman, bagian kepala tabel diulang pada halaman berikutnya.

Penyajian Gambar

Nomor gambar menggunakan angka arab. Nomor dan Judul ditempatkan dibawah gambar secara senter. Sumber kutipan ditulis di dalam kurung diletakkan di bawah gambar. Teks sebelum dan sesudah gambar diberi jarak 2 sd 3 spasi.

ISSN 2087-0701



9 772087 070108