

## **Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual Pada Jack Futsal Jember**

**Andrian Dwi Prasetyo, Budi Santoso, Ahmad Izzudin**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Jember

Email : [andriandp05@gmail.com](mailto:andriandp05@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas layanan dengan dimensinya yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dengan menggunakan metode servqual untuk mengukur kepuasan konsumen Jack Futsal Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam mengukur kepuasan konsumen Jack Futsal Jember dengan menggunakan metode servqual. Teori yang dipakai pada penelitian ini adalah teori manajemen pemasaran, teori kualitas pelayanan, dan teori metode servqual. Penelitian dilakukan pada konsumen Jack Futsal Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 80 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Alat uji yang uji instrumen data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian analisis servqual. Uji validitas dan reliabilitas dengan dua macam pernyataan yaitu pernyataan kinerja dan harapan menghasilkan data yang valid dan reliabel.

Kata Kunci: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

### **ABSTRACT**

*The formulation of the problem in this study is how the quality of service with its dimensions, namely physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy by using the servqual method to measure the satisfaction of Jack Futsal Jember. The purpose of the study was to determine and analyze the amount of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy in measuring the satisfaction of Jack Futsal Jember using the servqual method. The theories used in this study are marketing management theory, service quality theory, and customer satisfaction theory and srvqual method theory. The study was conducted on Jack Futsal Jember. This type of quantitative descriptive research uses purposive sampling method with a sample of 80 respondents. The nature of the research is explanatory. Test equipment that tests data instruments which include validity and reliability tests, then servqual analysis. Test the validity and reliability with two kinds of statements, namely performance statements and expectations to produce valid and reliable data.*

*Keywords: tangibles, reliability, responsivness, assurance, empathy*

## 1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat berkembang tajam baik itu mencakup pasar domestik maupun mancanegara. Perusahaan membutuhkan strategi yang jitu untuk memenangkan persaingan dengan kompetitornya. Salah satu dari strategi tersebut perusahaan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan baik itu dari pembenahan kualitas produk, perbaikan layanan kepada pelanggan hingga pemberian harga yang sesuai dengan pelanggan. Dengan begitu kepuasan pelanggan kepada perusahaan dapat terjaga.

Kualitas pelayanan jasa yang berhubungan dengan keputusan tentang kepuasan karena dapat dipersepsikan sebagai ukuran maupun cara yang berbeda tentang harapan dan tindakan yang dilakukan oleh konsumen (Tjiptono, 2007:270). Kualitas pelayanan juga merupakan suatu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima konsumen dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen merupakan langkah awal keberhasilan suatu industri jasa untuk masa yang akan datang dalam hubungan dengan penciptaan nilai kepuasan konsumen. Kepuasan adalah tahap dalam keputusan memakai jasa dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong, 2007). Kepuasan adalah kesimpulan dari pemakaian antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen adalah kebutuhan mendasar bagi penyedia layanan (Kotler, 2009).

Menurut Triyono Setyo (2012) Saat ini bisnis jasa dalam negeri berkembang cukup pesat. Perkembangan ini ditandai dari munculnya sejumlah perusahaan baru dalam beberapa tahun belakangan yang bergerak dalam bidang industri yang sama yaitu industri jasa pengiriman. Peningkatan tersebut sedikit banyak terjadi atas aktifitas pengiriman logistik seiring dengan berkembangnya dunia usaha dan juga pesatnya perkembangan bisnis *e-commerce* yang sangat berkaitan dengan industri jasa pengiriman. Pemerintah telah berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat memberikan pelayanan jasa pengiriman dengan mendirikan beberapa perusahaan diseluruh wilayah Indonesia. Pelayanan yang diberikan mampu memenuhi, kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakat serta mampu memberikan kepuasan. Kepuasan masyarakat dapat menjadi bahan penilaian terhadap unsur pelayanan yang masih perlu perbaikan dan menjadi pendorong setiap unit penyelenggara pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya (Ratminto, 2006). Namun, sampai saat ini usaha swasta tersebut masih tidak dapat memenuhi harapan masyarakat. Banyak anggota masyarakat yang mengeluh dan merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan swasta. Keluhan-keluhan pelanggan belum dapat dijadikan ukuran untuk melakukan perbaikan. Pihak perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu secara pasti keinginan dan kebutuhan serta sejauh mana kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan selama ini, sehingga dapat diketahui dengan pasti faktor-faktor apa saja yang menyebabkan penuruan pelanggan. Hal ini untuk menghindari kekeliruan dalam melakukan perbaikan akibat adanya perbedaan persepsi antara pihak perusahaan dan pelanggan. Keinginan pelanggan belum tentu sama dengan apa yang dimaksud dan dipahami oleh pihak perusahaan. Informasi dari pelanggan tersebut digunakan untuk meningkatkan kualitas jasa / pelayanan dengan menentukan prioritas perbaikan / peningkatan kualitas jasa yang semestinya di dahulukan. Metode merupakan metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dimana deskripsi aktivitas, penelitian dan penilaian bersifat subjektif, tidak pasti dan tidak tepat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan *servqual* yang dikombinasikan dengan teori agar pengukuran persepsi dan harapan dari pelanggan dapat diukur dengan tepat. Penilaian terhadap tingkat layanan jasa dilakukan dengan kuesioner yang akan diberikan kepada pelanggan. Untuk mengantisipasi kesubjektifan pasien selaku responden dalam pemberian nilai maka peneliti akan menggunakan metode (Kusumadewi,2004) mengatakan metode digunakan untuk membantu responden memberi nilai yang lebih obyektif, yaitu saat responden memberi nilai “baik”, maka seberapa baik yang dimaksud responden, apakah baik yang menjurus ke sangat baik atau baik yang menjurus sedang.

Perkembangan olahraga mulai menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Hal ini di sebabkan karena adanya trend gaya hidup sehat yang saat ini mulai berkembang di masyarakat. Tanpa disadari, setiap orang membutuhkan olahraga sebagai kebutuhan hidup sehari-hari. Olahraga adalah proses *sistematik* yang berupa segala kegiatan atau usaha yang dapat mendorong mengembangkan, dan membina potensi-potensi jasmaniah dan rohaniah seseorang sebagai perorangan atau anggota masyarakat dalam bentuk permainan, pertandingan, dan kegiatan jasmani *intensif* untuk memperoleh kemenangan, dan prestasi puncak dalam rangka pembentukan manusia yang sehat.

Pentingnya memahami keinginan konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti *gym*, lapangan futsal, *jogging track* di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Salah satu dampak dari perkembangan globalisasi dan teknologi yang terus meningkat, terdapat beberapa olahraga yang berkembang dengan pesat, yaitu perkembangan olahraga futsal, terbukti dengan maraknya persewaan lapangan futsal yang terus mengalami peningkatan dan persaingan yang ketat. Futsal merupakan pengembangan dari olah raga sepakbola yang dimainkan oleh 2 tim, yang masing – masing beranggotakan 5 orang pemain termasuk penjaga gawang. Futsal diciptakan di *Montevideo*, Uruguay pada tahun 1930 oleh Juan Carlos Ceriani. Futsal di mainkan diruangan tertutup (*Indoor*) dengan ukuran lapangan panjang = 25-42 m, lebar = 15-25 m. Futsal sebagai olah raga alternatif kini menjadi salah satu olah raga yang paling digemari di Indonesia. Terbukti dengan semakin menjamurnya arena bermain futsal di setiap sudut kota. Di sejumlah arena futsal hampir selalu padat dengan jadwal tim – tim yang akan berlaga ataupun latihan. Bahkan tidak sedikit arena futsal yang membuka jam operasi hingga menjelang subuh.

Tripuyanto dan Widiyanto, 2016. Antusiasme masyarakat dari kaum remaja hingga dewasa untuk bermain futsal makin dimanjakan dengan semakin seringnya diadakan kompetisi –kompetisi baik tingkat kelompok, daerah sampai nasional. Makin menjamurnya arena – arena futsal di berbagai daerah membuat persaingan dalam bisnis ini juga semakin menggairahkan. Penelitian kali ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahcman (2012) dengan judul analisis metode *servqual* pada jasa pengiriman barang ekspres”yakin esok sampai, Donoriyanto (2017) dengan judul analisis kualitas pelayanan jasa pengiriman barang dengan metode *servqual* dan *qfd* di pt. apas, Kuntoro dkk (2017) dengan judul kepuasan pasien terhadap kualitas pelayanan di tempat pendaftaran pelanggan rawat jalan puskesmas kretek bantul yogyakarta, Astuti (2017) analisis kepuasan konsumen (*servqual* model dan *important performance analysis model*), dan Paramitasari (2016) dengan judul analisis kualitas pelayanan jasa

menggunakan metode *servqual* di bagian penerimaan mahasiswa baru institut informatika dan bisnis darmajaya bandar lampung.

Perkembangan bisnis futsal ini mulai merambah ke kota- kota yang ada di seluruh Indonesia, salah satunya adalah kota Jember. Kota Jember adalah kota yang memiliki jumlah penduduk yang sangat pesat dan juga dijuluki sebagai kota pelajar dan kota Karnaval dunia. Dengan perkembangan Kota Jember yang semakin pesat terdapat beberapa pebisnis yang dapat menguntungkan, salah satunya adalah bisnis persewaan lapangan futsal. Persewaan lapangan Futsal di Jember mengalami peningkatan, terbukti dengan maraknya persewaan lapangan futsal yang terus meningkat di Kota Jember. Salah satu bisnis persewaan lapangan futsal yang ada di Jember adalah Jack Futsal. Jack futsal adalah perusahaan yang berada di kota Jember tepatnya berada di Kecamatan Patrang Jack Futsal dapat dikategorikan sebagai perusahaan yang memberi layanan jasa karena memenuhi kriteria jasa, diantaranya adalah produknya hanya dapat dirasakan, tidak menimbulkan kepemilikan, dan proses konsumsinya bersamaan dengan proses produksinya. Berikut ini adalah daftar pengguna jasa sewa lapangan futsal atau member pada bulan juli 2018 sampai bulan juni selama tahun 2019 dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1: Data Pengunjung Jack Futsal Jember Dari Juli 2018-Juni 2019**

No	Bulan	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	Juli	2018	93 Pengunjung
2	Agustus	2018	94 Pengunjung
3	September	2018	91 Pengunjung
4	Oktober	2018	90 Pengunjung
5	November	2018	91 Pengunjung
6	Desember	2018	91 Pengunjung
7	Januari	2019	89 Pengunjung
8	Februari	2019	87 Pengunjung
9	Maret	2019	89 Pengunjung
10	April	2019	88 Pengunjung
11	Mei	2019	89 Pengunjung
12	Juni	2019	88 Pengunjung

**Sumber: Jack Futsal Jember 2019**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa member yang menyewa lapangan Jack Futsal Jember dari bulan juli 2018 hingga bulan juni 2019 mengalami fluktuasi atau naik turun. Indikasi dari data diatas adalah pengguna atau pelanggan masih kurang puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Jack Futsal Jember. Kondisi lapangan yang masih kurang bagus disinyalir menjadi faktor atribut bukti fisik tidak dapat membuat pelanggan puas. Kondisi bola yang menjadi sarana pelanggan bermain futsal perlu diperbaiki karena bola sudah tidak layak untuk dipakai. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan jasa khususnya Jack Futsal adalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Kualitas pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen atas produk yang ditawarkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan, yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

### **Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah kita ketahui bahwa data dan fenomena diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Jack Futsal Jember menggunakan Metode *Servqual* yang dilihat dari lima dimensi *Service Quality* (*tangibles* (Bukti Fisik),

*reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati) ?

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan Jack Futsal Jember berdasarkan lima dimensi *Service Quality* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*) dengan metode analisis *servqual*.

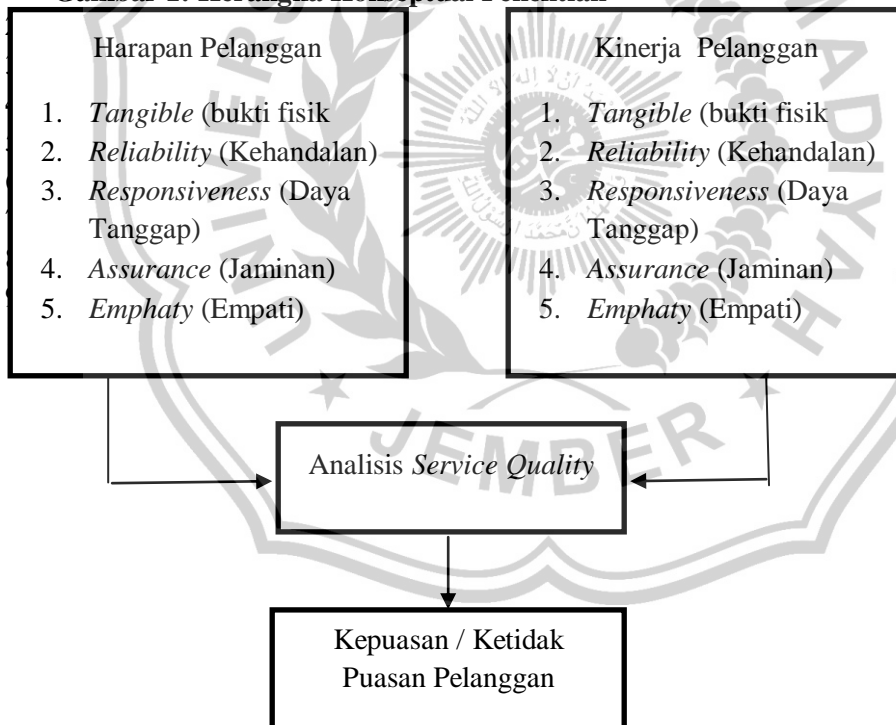
### Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Bagi Pihak Lain /Almamater  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *servqual*.
3. Bagi penyusun  
Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai *servqual*.

### 2. Metode Penelitian

#### Gambar 1: Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber : Parasuraman, et al (1985)

Berdasarkan gambar 1 pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode *servqual* sebagai faktor untuk menganalisa kekuatan atau konsistensi kepuasan pasien dalam mengukur kualitas pelayanan yang meliputi *tangibles, reliability, responsiveness,*

*assurance, empathy* pada pelayanan perawat dan kepuasan pelanggan Jack Futsal Jember.

### 3. Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya. Model pengujian menggunakan pendekatan *Pearson Correlation* untuk menguji validitas pernyataan kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 20.00. dengan rumus : (Arikunto, 2006:254).

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

dimana :

r = koefisien korelasi

x = nilai variabel bebas

y = nilai Variabel terikat

n = jumlah data (responden / sampel)

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut. Uji validitas data menguji seberapa baik satu atau perangkat instrumen pengukuran yang diukur dengan tepat. Validitas ditentukan dengan mengkorelasikan skor masing masing item. Kriteria yang diterapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah jika r-hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari r-tabel (nilai kritis) maka dapat dikatakan valid. Selain itu jika nilai sig < 0,05 maka instrument dapat dikatakan valid (Ghozali, 2013:221).

#### b. Uji Reliabilitas

Apabila validitas telah diperoleh, maka peneliti harus mempertimbangkan pula pengukuran reliabilitas. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel-variabel. Pengujiannya digunakan rumus alpha sebagai berikut : (Ghozali, 2013:222)

$$\alpha = \frac{(k) \text{ cov/ var}}{1 + (k - 1) \text{ cov/ var}}$$

Keterangan :

$\alpha$  = alpha

k = jumlah butir dalam skala / pertanyaan

cov = rerata covarian diantara butir

var = rerata varian dari butir

Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini berarti reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan beberapa kali. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung *cronbach alpha* masing-masing item dengan bantuan IBM SPSS versi 20,0. Suatu instrumen

dikatakan reliabel jika mempunyai nilai alpha positif dan lebih besar dari 0,700. Dimana semakin besar nilai alpha, maka alat pengukur yang digunakan semakin handal (Ghozali, 2013:222).

### c. Pengukuran Metode Servqual

Model servqual didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standart ideal/sepurna untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerja sesuai dengan atau melebihi standart, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Dengan kata lain model ini menganalisis gab antara dua variabel pokok yakni jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

Pengukuran kualitas jasa dalam model servqual didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan serta gab diantara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa (reabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik).kelima dimensi utama tersebut dijabarkan kedalam masing-masing 22 atribut rinci untuk variabel harapan dan variabel persepsi yang disusun dalam pernyataan-pernyataan berdasarkan skala likert. Evaluasi kualitas jasa menggunakan model *servqual* mencakup perhitungan perbandingan diantara nilai yang diberikan para pelanggan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor servqual untuk setiap pasang pernyataan bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithaml, et al., 1990):

$$\text{Skor servqual} = \text{skor persepsi} - \text{skor harapan}$$

Pada prinsipnya data yang diperoleh melalui instrument servqual dapat dipergunakan untuk menghitung skor gab kualitas jasa pada berbagai level secara rinci.

- Item-by-item analysis, misalnya,  $P1 - H1$ ,  $P2 - H2$ , dan seterusnya
- Dimension-by-dimension analysis, contohnya,  $(P1 - P2 - P3 - P4/4) - (H1 - H2 - H3 - H4/4)$ , dimana  $P1$  sampai  $P4$  dan  $H1$  sampai  $H4$  mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu
- Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau gab servqual yaitu  $(P1 - P2 - P3 \dots - P22/22) - (H1 - H2 - H3 \dots + H22/22)$

Melalui analisis terhadap skor gab ini perusahaan jasa tidak hanya bisa menilai kualitas keseluruhan jasanya sebagaimana dipersepsikan pelanggan namun juga bisa mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci dan aspek-aspek dalam setiap dimensi tersebut yang membutuhkan penyempurnaan kualitas. Instrument servqual dan data yang dihasilkan juga dapat dipergunakan untuk beberapa keperluan lain: membandingkan harapan dan persepsi pelanggan sepanjang waktu; membandingkan skor servqual suatu perusahaan dengan skor para pesaingnya; mengidentifikasi dan menganalisis segmen-segmen pelanggan dengan persepsi kualitas yang berbeda; dan untuk menilai persepsi kualitas para pelanggan interval (dengan sedikit modifikasi, dimana kualitas pelayanan sebuah departemen atau divisi dinilai oleh karyawan lain dalam departemen atau divisi berbeda pada perusahaan yang sama).

Data yang diolah berasal dari kuisioner yang telah disebar, tentang persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas jasa di PT. Buah Candra Dewi Lumajang. Menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari setiap atribut seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya (Y) dan (X).

$$Y = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$$X = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

X = nilai rata-rata tingkat persepsi

Y = nilai rata-rata tingkat harapan

n = jumlah responden

Menghitung gab /kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan.

$$Nsi = Xi - Yi$$

Keterangan:

NSi = nilai servqual (gap) tiap atribut

Menghitung rata-rata dari keseluruhan kesenjangan (gap) seluruh atribut tiap dimensi:

$$NSi = \frac{\sum NSi}{A}$$

Keterangan:

NSi = nilai rata-rata servqual/gap per atribut tiap dimensi

A = banyaknya atribut tiap dimensi

Menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan, nilai kepuasan (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen, sebaliknya bila nilai kepuasan positif (>0) menunjukkan kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sama dengan nol (=0) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan konsumen.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### a. Analisis Servqual

Model servqual didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut relevan dengan standart ideal/semurna untuk masing-masing atribut jasa. Bila kinerja sesuai dengan atau melebihi standart, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan positif dan sebaliknya. Dengan kata lain model ini menganalisis gab antara dua variabel pokok yakni jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Resume data yang didapat dari kuesioner SERVQUAL dapat dilihat pada tabel 2:

**Tabel 2 Perhitungan Service Quality**

No	Variabel Indikator	Total Kinerja	Total Harapan	Skor Kinerja	Skor Harapan	Gap	Gap dimensi	Gap tunggal
1	X1.1	336	335	4.2	4.19	0.01	1.06	1.59
2	X1.2	344	342	4.3	4.28	0.02		
3	X1.3	342	341	4.275	3.27	1.005		
4	X1.4	342	340	4.275	4.25	0.025		
5	X2.1	340	338	4.25	4.23	0.02	0.08	
6	X2.2	345	343	4.32	4.29	0.03		
7	X2.3	341	339	4.27	4.24	0.03		
8	X3.1	336	334	4.2	4.18	0.02	0.23	
9	X3.2	339	336	4.38	4.2	0.18		
10	X3.3	345	342	4.31	4.28	0.03	0.1	
11	X4.1	332	329	4.15	4.12	0.03		
12	X4.2	337	335	4.21	4.19	0.02		
13	X4.3	348	344	4.35	4.3	0.05	0.12	
14	X5.1	341	338	4.27	4.23	0.04		
15	X5.2	338	335	4.23	4.19	0.04		
16	X5.3	334	331	4.18	4.14	0.04		
	Jumlah			68.17	66.58			
	Rata-rata			4.260625	4.16125			

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2019



Berdasarkan perhitungan *Service Quality* pada tabel 2 dapat dilihat bahwa pada variabel pertama *Tangibles* (bukti fisik) memperoleh nilai *gap* dimensi sebesar 1,06 dan memperoleh *gap* tertinggi 1,005 pada indikator ketiga. Pada variabel kedua *Reliability* (Kehandalan) memperoleh nilai *gap* dimensi sebesar 0,08 dan nilai *gap* tertinggi 0,03 pada indikator kedua dan ketiga.

Pada variabel ketiga *Responsiveness* (Daya Tanggap) memperoleh nilai *gap* dimensi sebesar 0,23 dan nilai *gap* tertinggi 0,18 pada indikator kedua. Pada variabel keempat *Assurance* (Jaminan) memperoleh nilai *gap* dimensi sebesar 0,1 dan nilai *gap* tertinggi sebesar 0,05 pada indikator ketiga.

Pada variabel kelima *Empathy* (Empati) memperoleh nilai *gap* dimensi sebesar 0,12 dan nilai *gap* tertinggi 0,04 pada indikator pertama, kedua dan ketiga. Menurut Irawan (2004) terdapat kriteria untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dilihat dari table 3 berikut ini :

**Tabel 3**  
**Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen**

Nilai Index (%)	Kategori Tingkat Kepuasan Konsumen
81,00 - 100,00	Sangat Puas
66,00 - 80,99	Puas
51,00 - 65,99	Cukup Puas
35,00 - 50,99	Kurang Puas
0,00 - 34,99	Tidak Puas

**Sumber : Irawan, 2004**

Dalam penelitian ini diperoleh total skor kinerja sebesar 68,17 dan *gap* tunggal sebesar 1,59 %. Artinya bahwa tingkat kepuasan konsumen pada penelitian ini adalah puas dengan kualitas layanan Jack Futsal Jember.

## 5. Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil puas, karena tidak ada satupun dimensi yang mencapai tingkat kepuasan 100%.

### a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Hasil dari dimensi *Tangibles* (Bukti Fisik) menghasilkan nilai *gap* dimensi sebesar 1,06 yang berarti kinerja yang sudah diatas harapan masyarakat dinyatakan efektif atau puas. Diketahui dari hasil penelitian pada indikator kinerja bahwa hasil tersebut berbeda pendapat yang diutarakan oleh Martul (2004) bahwa kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk nilai positif bagi setiap individu yang dilayani dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembang pelayanan tersebut memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan mengadopsi teknologi, seperti contoh bahwa pelayanan dalam bentuk fisik dapat dilihat dari lokasi perusahaan yang mudah ditemukan, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan, dari segi ruangan memberikan dekorasi yang menarik, dan dapat dilihat dari penampilan karyawan terlihat rapi dan senada. Pada dimensi *Tangibles* perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan agar sesuai dengan harapan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2014) yang menyatakan bahwa

*tangible* merupakan aspek kualitas layanan yang juga menjadi faktor kepuasan konsumen.

b. *Reliability* (Kehandalan)

Hasil dari dimensi *Reliability* (Kehandalan) menghasilkan nilai *gap* dimensi sebesar 0,08 yang berarti kinerja yang sudah diatas harapan masyarakat dinyatakan efektif atau puas. Hal ini berbeda pendapat yang diutarakan oleh Tjiptono (2012) bahwa kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Pada dimensi *Reliability* perlu diperhatikan karena dari 5 dimensi variabel *Service Quality* yang mendapat nilai *gap* dimensi terbesar dan perlu dilakukan perbaikan dalam memberikan pelayanan agar sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2012) yang menyatakan bahwa *reliability* merupakan aspek kualitas layanan yang juga menjadi faktor kepuasan konsumen.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Hasil dari dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) menghasilkan nilai *gap* dimensi sebesar 0,23 yang berarti kinerja yang sudah diatas harapan masyarakat dinyatakan efektif atau puas. Hal ini berbeda pendapat yang diutarakan oleh Parasuraman (1996) bahwa sikap tanggap karyawan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan. Pada dimensi *Reliability* perlu di tingkatkan lagi dalam memberikan pelayanan pada pelanggan agar sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Donoriyanto (2017) yang menyatakan bahwa daya tanggap merupakan aspek kualitas layanan yang juga menjadi faktor kepuasan konsumen.

d. *Assurance* (Jaminan)

Hasil dari dimensi *Assurance* (Jaminan) menghasilkan nilai *gap* dimensi sebesar 0,1 yang berarti kinerja yang sudah diatas harapan masyarakat dinyatakan efektif atau puas. Hal ini berbeda pendapat yang diutarakan oleh Tjiptono (2012) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan yang artinya bahwa pelayan harus mampu memberikan rasa percaya kepada konsumen melalui pelayanan dapat memberikan informasi yang tepat kepada konsumen mengenai menu atau produk yang dijual dan pelayanan mampu berkomunikasi dengan ramah dan sopan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman. Pada dimensi *Assurance* perlu dilakukan perbaikan lagi dalam memberikan pelayanan pada pelanggan karena pada dimensi ini memperoleh nilai *gap* terkecil agar sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuntoro dkk (2017) yang menyatakan bahwa jaminan merupakan aspek kualitas layanan yang juga menjadi faktor kepuasan konsumen.

e. *Emphaty* (Empati)

Hasil dari dimensi *Emphaty* (Empati) menghasilkan nilai *gap* dimensi sebesar 0,12 yang berarti kinerja yang sudah diatas harapan masyarakat dinyatakan efektif atau

puas. Hal ini berbeda dengan pendapat yang diutarakan oleh Parasuraman (2001) jika pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati atau perhatian, yang artinya pelayan mampu memberikan pelayanan dengan tanpa melihat atau memandang status sosial pelanggan yang berkecukupan, selain itu pelayan mampu memberikan perhatian yang khusus saat berhadapan langsung dengan pelanggan. Pada dimensi *Empathy* perlunya diadakan perbaikan dalam memberikan kualitas pelayanan agar sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramitasari (2016) yang menyatakan bahwa empati merupakan aspek kualitas layanan yang juga menjadi faktor kepuasan konsumen.

f. **Tingkat Kepuasan Konsumen**

Dalam penelitian ini diperoleh total skor kinerja sebesar 68,17 dan gap tunggal sebesar 1,59. Artinya bahwa tingkat kepuasan konsumen pada penelitian ini adalah puas dengan kualitas layanan Jack Futsal Jember. Aspek kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan kepuasan konsumen menghasilkan total skor kinerja sebesar 68,17 dan gap tunggal sebesar 1,59. Artinya tingkat kepuasan pelanggan Jack Futsal Jember berada pada kategori tidak puas berdasarkan kriteria tersebut. Hasil ini didukung oleh pendapat Irawan (2004) yang menyatakan bahwa jika nilai index sebesar 66,00-80,99 maka kategori kepuasan konsumen adalah puas. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Donoriyanto (2017), Kuntoro Dkk (2017), Paramitasari (2016), Astuti (2014) dan Rahman (2012) yang juga mengemukakan jika nilai index sebesar 66,00-80,99 maka tingkat kepuasan konsumen adalah puas.

## **6. Kesimpulan**

### **a. Kesimpulan**

Dari pengujian secara statistik yang telah dilakukan maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Total skor kinerja diperoleh angka sebesar 68,17 dan gap tunggal diperoleh angka sebesar 1,59% yang artinya bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas layanan karyawan Jack Futsal Jember.
2. Kualitas pelayanan karyawan terhadap konsumen pada Jack Futsal Jember selalu diawasi oleh manajer agar kualitas layanan dari karyawan Jack Futsal Jember selalu menjadi lebih baik.

### **b. Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak Karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan dari penelitian ini, yaitu: hendaknya Karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas pelayanannya diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga memperoleh hasil yang lebih baik lagi.

Adapun yang perlu diperhatikan oleh Karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan terkait aspek-aspek kualitas pelayanannya meliputi

1. Bukti fisik

- a. Penampilan karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan harus rapi dan formal,
  - b. Modernisasi peralatan dan perlengkapan yang digunakan karyawan Karyawan Jack Futsal Jember
  - c. Harus mengutamakan kepentingan pelanggan.
2. Keandalan
- a. Kemampuan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan agar lebih ditingkatkan untuk mengatasi keluhan pelanggan,
  - b. Setiap ada masalah segera diatasi oleh karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan, dan
  - c. Penanganan masalah dikerjakan secara profesional
3. Daya Tanggap
- a. Selalu siap melayani pelanggan,
  - b. Kemauan yang tinggi dari karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan untuk melayani pelanggan, dan
  - c. Pemberian informasi dengan jelas kepada pelanggan
4. Jaminan
- a. Membangun kepercayaan pelanggan,
  - b. Membangun citra baik di mata pelanggan
  - c. Menjamin keselamatan dan keamanan pelanggan.
5. Empati
- a. Memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian,
  - b. Kemudahan untuk menghubungi karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan, dan
  - c. Karyawan Jack Futsal Jember harus mengutamakan kepentingan pelanggan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti, 2014. *Analisis Kepuasan Pasien Rawat Inap Atas Pelayanan Rumah Sakit Umum Kabupaten Sragen*. Universitas Islam batik Surakarta.
- Astuti, 2017. *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model)*. Jkesvo (Jurnal Kesehatan Vokasional) Vol. 4 No 10 – Mei 2017 ISSN 2541-0644 (Print) Dapat di akses di <http://journal.ugm.ac.id/jkesvo>.
- Cravens, 2008. *Pemasaran Strategis*. Cetakan 3, Jakarta: Erlangga.
- Edvardsson, et al(2006), *Pemasaran Jasa Prinsip,Penerapan dan Penelitian”*; Fandy Tjiptono, Yogyakarta: Penerbit Andi

- Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 2005. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Fatas, 2017. *Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Inap Terhadap Mutu Pelayanan di Rumah Sakit Hidayah Boyolali*. Universitas Muhammadiyah surakarta.
- Ferdinand, A.. 2005. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Edisi ke 2. Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jonathan, Sarwono. Tutty Martadiredja. 2008. *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Andi
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Keempat, 2007, *Gramedia Pustaka Utama*, Jakarta
- Kotler, Philip, 2006. *Marketing*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials). Diterjemahkan Oleh: Herujati Purwoto. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan Implementasi Kontrol Jilid I*. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jakarta: Prenhallinda.
- Kotler, Philip. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas, Jakarta: Prenhallinda.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2007. *Marketing An Introduction* (Eight Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Garry Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. 11th Edition. Pearson International Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedua Belas). Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Kuntoro, 2017. *Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan di Tempat Pendaftaran Pasien Rawat Jalan Puskesmas Kretek Bantul Yogyakarta*. Universitas Gajah Mada.
- Kusumastuti, 2011. *Komunikasi Bisnis*. IPB Press. Bogor.

- Lamb, ed al. 2006. *Pemasaran Buku 1. Edisi 1*. Jakarta: Salemba 4
- Lamb, ed al. 2011. *Pemasaran (Marketing)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2006. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Martul, Shadiqqin, 2004. *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen*. Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.
- Moenir. 2008. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mowen. 2005. *Management Accounting*. Buku 2. Edisi ke 7. Salemba Empat. Jakarta.
- Paramitasari, 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual Di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung*. Jurnal Manajemen Magister, Vol 02. No.01, Januari 2016
- Payne.2007. *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)* .Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business (Metodologi Penelitian untuk Bisnis)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyo. 2012. *Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux ( Survei Pada Pengunjung Mega Bekasi Hypermall)*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol.3 No.1.
- Simamora, Bilson.2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia PustakaUtama.
- Stanton William, J, 2010, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono, 2010, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Swastha, Basu, Irawan. 2011. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu, T. Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.