

**ANALISIS KEPUASAN PELANGAN  
PADA CV. ASTERINDO KOMPUTER PONTIANAK**

**JURNAL**

**GALUH WIJAYANTI**

**111310474**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**2015**

## **A. Latar Belakang**

Sebagaimana diketahui bahwa pada saat sekarang ini, komputer merupakan salah satu alat bantu yang dapat menunjang kemajuan suatu usaha. Komputer dapat membantu menyelesaikan masalah baik dalam hal administrasi, perhitungan, keamanan data, pembuatan sistem maupun pengambilan suatu keputusan. Teknologi telah berkembang dengan sangat pesat. Evolusi mungkin merupakan kata yang tepat untuk menggambarkan mulai penggunaan Teknologi Informasi (TI) di semua sektor bisnis. Hampir di semua sektor bidang usaha atau pun masyarakat semua memerlukan komputer untuk menjalankan keperluannya. komputer semakin banyak digunakan pada berbagai perusahaan, tidak hanya perusahaan besar tetapi perusahaan kecil pun telah mulai menggunakannya. Banyak perusahaan yang memanfaatkan komputer untuk pengolahan data-data perusahaan.

Untuk itu, Perhatian yang begitu besar terhadap masalah kepuasan terhadap pelanggan serta kinerja didalam suatu perusahaan sangatlah penting, seperti halnya, kepuasan pelanggan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kondisi dimana harapan pelanggan mampu dipenuhi oleh jasa/produk, ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Begitu pula dengan Taraf kenyamanan dan pelayanan menjadi faktor utama, dan yang bisa memberikan kepuasan tertinggi maka itulah yang akan dibidik para pelanggan/konsumen.

Sejalan dengan kemajuan teknologi tersebut membawa dampak yang positif terhadap pertumbuhan dunia usaha, yaitu *service* komputer. Hal ini tampak dengan didirikannya usaha-usaha yang setiap toko komputer menyediakan *service* komputer. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang usaha pelayanan jasa *service* komputer di kota Pontianak adalah CV. Asterindo Komputer.

*Service* Komputer di CV. Asterindo Komputer melayani setiap pelanggan, untuk masing-masing jenis pelayanan *service* komputer pada masing-masing kerusakan. Seperti pada Mesin (*Hardware*) dan kerusakan pada program Windows (*Software*). Untuk menghindari kecurigaan atau tidak adanya komunikasi yang tidak diinginkan pada pelanggan dan perusahaan, Proses awal perbaikannya mencantumkan data pelanggan berupa Nota yg di isi Nama, Alamat, tipe barang yang di *service*, *serial number*, No.Telpon pelanggan dan kerusakan barang.

CV. Asterindo Komputer juga menjual berbagai tipe Laptop, tipe Printer, tipe *Handpone*, Tab, PC AIO (*all in one*), UPS, CPU, *Projector*, *Scanner* dan Aksesoris Komputer. Mengenai jasa *service* komputer dan penjualan, CV. Asterindo komputer juga memegang *Service Center* (*Service Partner*) HP (*Hewlett Packard*). di daerah Pontianak. Yang bekerja sama (*Dealer Partner*) dengan PT. (Tixpro HP Dealer), PT. (ECS Indonesia HP Dealer), PT. Berca Cakrawala *Teknology* (*HP Master Part Reseller*), PT. Concordia (Notebook HP/Compaq), PT. Supertone (SPC Monitor).

*Service center* sendiri Seperti Notebook (*Laptop*), Printer, PC AIO/CPU, *Handhpone* dan Tab. Yang dibantu dalam proses *Claim* Garansi. Dimana jangka waktu garansi terbatas bagi produk HP (*Hewlett Packard*) adalah jangka waktu yang disebutkan dan ditetapkan yang mulai dari tanggal pembelian, tanggal pada *invoice* pembelian sampai dengan satu tahun setelah pembelian, yang berbentuk segel dari toko tempat pelanggan membeli serta dari pengecekan sistem HP (*Hewlett Packard*).

Untuk mengetahui jenis kerusakan ber garansi di perusahaan CV. Asterindo Komputer dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 dapat dilihat Tabel 1.1 berikut :

**Tabel 1.1**  
**CV. ASTERINDO KOMPUTER PONTIANAK**  
**Jumlah dan Jenis Kerusakan Komputer ber Garansi**  
**Tahun 2012 – 2014**  
**(Unit)**

<b>Jenis Kerusakan</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Kerusakan pada <i>Motherboard (laptop dan CPU/PC)</i>	123	131	83
Kerusakan pada <i>Cooling fan (kipas)</i>	35	37	32
Kerusakan pada <i>Keyboard</i>	32	41	18
Kerusakan pada <i>Monitor / LCD</i>	67	39	35
Kerusakan pada <i>Printer</i>	105	130	105
Kerusakan pada <i>(power supply)</i>	50	69	20
Total	412	447	293

*Sumber : CV.Asterindo Komputer Pontianak, 2015*

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut dapat diketahui bahwa jumlah pelayanan *service* komputer bergaransi oleh CV. Asterindo Komputer dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013 jumlah pelayanan *service* komputer bergaransi mengalami peningkatan sebanyak 35 unit atau

sebesar 8,5% dibandingkan pada tahun 2012. Sedangkan pada tahun 2014 jumlah pelayanan *service* komputer bergaransi mengalami penurunan sebanyak 154 unit atau sebesar 34,5% dibandingkan pada tahun 2013.

**Tabel 1.2**  
**CV. ASTERINDO KOMPUTER PONTIANAK**  
**Jumlah Pendapatan Jenis Kerusakan Komputer ber Garansi**  
**Tahun 2012 – 2014**  
**(Rupiah)**

Jenis Kerusakan	2012	2013	2014
Kerusakan pada <i>Motherboard (laptop dan CPU/PC)</i>	4.305.000	4.585.000	2.905.000
Kerusakan pada <i>Cooling fan (kipas)</i>	1.225.000	1.295.000	1.120.000
Kerusakan pada <i>Keyboard</i>	1.120.000	1.435.000	630.000
Kerusakan pada <i>Monitor / LCD</i>	2.345.000	1.365.000	1.225.000
Kerusakan pada <i>Printer</i>	3.675.000	4.550.000	3.675.000
Kerusakan pada <i>(power supply)</i>	1.750.000	2.415.000	700.000
Total	14.420.000	15.645.000	10.255.000

*Sumber : CV. Asterindo Komputer Pontianak, 2015*

Berdasarkan Tabel 1.2 tersebut dapat diketahui bahwa jumlah pendapatan *service* komputer bergaransi oleh CV. Asterindo Komputer dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Pada tahun 2013 jumlah pelayanan *service* komputer bergaransi mengalami peningkatan sebanyak Rp.1.225.000,- atau naik sebesar 8,5% dibandingkan pada tahun 2012. Sedangkan pada tahun 2014 jumlah pelayanan *service* komputer bergaransi mengalami penurunan sebanyak Rp.5.390.000,- atau turun sebesar 34,5% dibandingkan pada tahun 2013.

Untuk mengetahui Data penjualan masing-masing jenis pelayanan jasa *service* komputer pada perusahaan CV. Asterindo Komputer dari Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2014 dapat dilihat Tabel 1.3 berikut ini

**Tabel 1.3**  
**CV. ASTERINDO KOMPUTER PONTIANAK**  
**Jumlah Jasa *Service* Komputer Perjenis Kerusakan**  
**Tahun 2012 – 2014**  
**(Unit)**

<b>Jenis <i>Service</i></b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Kerusakan pada <i>Motherboard (Hardware)</i>	118	130	288
Kerusakan pada <i>Cooling fan (kipas)</i>	51	80	78
Kerusakan pada Program Windows ( <i>Software</i> )	110	129	161
Kerusakan pada Monitor / <i>LCD</i>	55	58	52
Kerusakan pada Printer	122	136	296
Kerusakan pada CPU/PC	70	92	98
Total	526	625	973

*Sumber : CV.Asterindo Komputer Pontianak, 2015*

Berdasarkan Tabel 1.3 tersebut dapat diketahui bahwa jumlah kerusakan komputer/laptop yang di dapati oleh CV. Asterindo Komputer dari tahun 2012 sampai tahun 2014 mengalami peningkatan setiap tahun. Pada tahun 2013 jumlah kerusakan komputer/laptop mengalami peningkatan sebanyak 99 unit atau sebesar 18,9% dibandingkan pada tahun 2012. Dan pada tahun 2014 jumlah kerusakan komputer/laptop terus mengalami peningkatan sebesar 348 unit atau sebesar 55,7% dibandingkan pada tahun 2013.

Untuk mengetahui perkembangan tarif untuk masing-masing jenis pelayanan jasa *service* komputer yang ditetapkan oleh CV. Asterindo Komputer dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut

**Tabel 1.4**  
**CV. ASTERINDO KOMPUTER PONTIANAK**  
**Tarif Untuk Masing-masing Jenis Jasa *Service* Komputer**  
**Tahun 2012 – 2014**  
**(Rupiah)**

<b>Jenis <i>Service</i></b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Kerusakan pada <i>motherboard (Hardware)</i>	30.000 ó 300.000	30.000 ó 300.000	30.000 ó 300.000
Kerusakan pada <i>Cooling fan</i> (kipas)	20.000 ó 50.000	20.000 ó 50.000	20.000 ó 50.000
Kerusakan pada Program <i>Windows (Software)</i>	20.000 ó 60.000	20.000 ó 60.000	20.000 ó 60.000
Kerusakan pada Monitor / <i>LCD</i>	20.000 ó 50.000	20.000 ó 50.000	20.000 ó 50.000
Kerusakan pada Printer	30.000 ó 400.000	30.000 ó 400.000	30.000 ó 400.000
Kerusakan pada CPU / PC	25.000 ó 200.000	25.000 ó 200.000	25.000 ó 200.000

*Sumber: CV. Asterindo Komputer Pontianak, 2015*

Berdasarkan Tabel 1.4 disebutkan diatas bahwa tarif untuk masing-masing jenis pelayanan jasa *service* komputer dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 tarif jasa *service* tidak mengalami perubahan, dikarenakan menyesuaikan tarif *service* pasaran yang ada di kota pontianak sehingga biaya *service* komputer yang ada tidak mengalami perubahan.

Selanjutnya, untuk mengetahui jumlah penjualan dalam rupiah untuk masing-masing jenis pelayanan jasa *service* komputer yang di dapati CV.

Asterindo Komputer dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 dapat dilihat pada Tabel 1.5 berikut ini :

**Tabel 1.5**  
**CV. ASTERINDO KOMPUTER PONTIANAK**  
**Jumlah Pendapatan Masing-Masing Jenis Jasa *Service* Komputer**  
**Tahun 2012 – 2014**  
**(Rupiah)**

<i>Jenis Service</i>	2012	2013	2014
Kerusakan pada motherboard ( <i>Hardware</i> )	13.245.000	17.431.000	24.962.000
Kerusakan pada <i>Coolling fan</i> (kipas)	6.169.000	8.130.000	8.760.000
Kerusakan pada Program <i>Windows</i> ( <i>Software</i> )	8.574.000	14.852.000	19.134.000
Kerusakan pada Monitor / <i>LCD</i>	9.428.000	9.802.000	11.219.000
Kerusakan pada Printer	18.928.000	20.805.000	26.650.000
Kerusakan pada CPU / PC	7.711.000	11.247.000	16.725.000
Jumlah.....	64.055.000	82.267.000	107.450.000

*Sumber: CV. Asterindo Komputer Pontianak, 2015*

Berdasarkan Tabel 1.5 tersebut diatas dapat diketahui bahwa pendapatan pelayanan jasa *service* komputer dalam rupiah yang dicapai oleh CV.Asterindo Komputer dari Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2014 mengalami peningkatan setiap tahun. Pada Tahun 2013 jumlah pendapatan yang dicapai mengalami kenaikan sebesar Rp. 18.212.000 atau naik sebesar 28,43% jika dibandingkan dengan tahun 2012. Kemudian pada Tahun 2014 jumlah pendapatan yang dicapai mengalami kenaikan sebesar Rp. 25.183.000 atau naik sebesar 23,43% jika dibandingkan dengan Tahun 2013. Berdasarkan data-data pelanggan diatas maka peneliti ingin meneliti mengenai Analisis kepuasan pelanggan pada CV. Asterindo Komputer Pontianak.



## B. Tinjauan Pustaka

Sejalan dengan kemajuan teknologi tersebut membawa dampak yang positif terhadap pertumbuhan dunia usaha. Begitu juga halnya di Kota Pontianak terdapat beberapa tempat jasa *service* perbaikan komputer diseluruh kecamatan dikota Pontianak. Komputer sendiri merupakan perangkat elektronik yang terdiri dari beberapa komponen yang saling bekerja sama membentuk sebuah sistem kerja yang dapat menjalankan pekerjaan secara otomatis berdasar urutan instruksi ataupun program yang diberikan kepadanya sehingga dapat menghasilkan suatu informasi berdasarkan program dan data yang ada.

Sedangkan menurut Ahmad Yani (2005:1) mengatakan bahwa komputer adalah seperangkat alat elektronik yang dihubungkan dengan listrik yang berguna untuk membantu pekerjaan manusia agar lebih mudah, cepat dan akurat. Komputer juga sebagai alat informasi dan komunikasi yang mampu mengolah data dan kemudian menyimpannya.

Jasa ialah bahwa jasa itu tidak bisa ditimbun, atau ditumpuk dalam gedung, seperti barang-barang lainnya, sambil saat menunggu penjualan. Perusahaan jasa, kebanyakan bersifat langsung dari produsen kepada konsumen, seperti jasa perawatan, pengobatan, hiburan, perjalanan, perbankan dan lain sebagainya.

Menurut Philip Kotler (2002: 486) : "Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang

dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan ataupun, produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.ö

Sedangkan menurut Philip Kotler dalam Fandi Tjiptono dikutip oleh Danang Sunyoto (2014: 236-237) jasa didefinisikan sebagai: ösetiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatuö. Menurut Kotler (2002: 486) jasa adalah sebagian setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain.

Dari beberapa definisi di atas, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak pelanggan/konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, akan tetapi jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas itu tidak berwujud.

Sebagaimana diketahui bahwa jasa mempunyai karakteristik yang berbeda dengan produk fisik. Menurut Kotler dan Armstrong, 2001 yang dikutip oleh J. Supranto (2011: 227-228) menyatakan bahwa ada empat karakteristik jasa antara lain:

1. Tidak berwujudnya jasa (*service intangibility*) bahwa jasa tidak bisa dilihat, dicicipi, dirasakan, didengar, atau dicium sebelum dibeli.
2. Tidak terpisahnya jasa (*service inseparability*) bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, apakah penyedia tadi adalah orang atau mesin. Bila karyawan jasa menyediakan jasa, maka karyawan itu merupakan bagian dari jasa.
3. Keragaman jasa (*service variability*) bahwa kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakan jasa, dan waktu, tempat, dan bagaimana cara mereka disediakan.
4. Tidak tahan lama jasa (*service perishability*) berarti jasa tidak bisa disimpan untuk penjualan atau pemakaian yang akan datang.

Karakteristik jasa tersebut menggambarkan bahwa ternyata pemasaran jasa akan lebih rumit dibandingkan dengan pemasaran produk fisik. Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Klasifikasi jasa sangat beragam, sehingga tidak mudah untuk menyamakan cara pemasarannya. Klasifikasi jasa dapat membantu memahami batasan-batasan dari industri jasa lainnya yang mempunyai masalah dan karakteristik yang sama untuk diterapkan pada suatu bisnis jasa. Jasa bisa diklasifikasikan berdasarkan beragam kriteria.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2009:38) menjelaskan lima pokok klasifikasi bauran jasa sebagai berikut :

1. Barang berwujud murni (*Pure tangible goods*)  
Penawaran terutama terdiri dari barang berwujud seperti sabun, pasta gigi atau garam. Tidak ada jasa yang menyertai produk.
2. Barang berwujud yang disertai jasa (*Tangible good with accompanying service*)  
Penawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa. Umumnya, semakin canggih sebuah produk, semakin besar kebutuhan untuk jasa pendukung berkualitas tinggi yang lebih luas. Jasa sering menjadi elemen penting dalam industri mobil, komputer dan telepon selular.
3. Hibrida (*Hybrid*)  
Penawaran terdiri dari bagian barang dan jasa sama proporsinya. Misalnya orang sering mengunjungi restoran baik karena makan maupun penyajiannya.
4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa kecil (*Major service with accompanying minor goods and services*)  
Penawaran terdiri dari jasa utama beserta tambahan jasa atau barang pendukung. Misalnya, meskipun perjalanan mencakup beberapa barang berwujud seperti makanan ringan dan minuman, yang dibeli penumpang adalah transportasi pesawat terbang, yang memiliki item utamanya adalah jasa.

5. Jasa murni (*Pure service*)

Penawaran murni terdiri dari jasa. Contoh meliputi pengasuh bayi, psikoterapi dan pijat.

Dalam mengukur kualitas jasa, konsumen umumnya menggunakan indikator kualitas jasa, dimana indikator tersebut dapat dijadikan sebagai kriteria untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen.

Menurut Parasurahman yang dikutip oleh Tjiptono (2006: 70) bahwa ada lima penentu kualitas jasa, dimana kelimanya disajikan secara berurutan berdasarkan tingkat kepentingan.

1. Bukti fisik (*tangibles*),  
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*Reliability*)  
Yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan menjanjikan.
3. Daya tangkap (*Responsiveness*)  
Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Kepastian (*Assurance*),  
Yaitu mencakup kemampuan, kepastian, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, resiko dan keragu ragan.
5. Empati (*Empathy*)  
Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kemudian Insap Sentosa (2004:1) komputer adalah memberikan data masukan, proses, dan keluaran (*input, process, output*). Yang biasanya berupa angka maupun deretan karakter, yang kemudian yang akan diolah, diproses oleh komputer menjadi keluaran yang diinginkan atau diharapkan pengguna.

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya.

Kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pelanggan tidak terpuaskan.

Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan.

Pengertian kepuasan pelanggan, menurut Kotler dan Armstrong (2001: 13) merupakan (*customer satisfaction*) suatu tingkatan di mana perkiraan kinerja sesuai dengan harapan pembeli.

Philip Kotler (2002: 42) mengatakan bahwa: "Kepuasan konsumen adalah merupakan fungsi dari persepsi/ kesan atas kinerja dan harapan". Jika kinerja dibawah harapan konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas, jika kinerja melebihi harapan konsumen amat puas atau senang.

Sedangkan menurut Husien Umar (2003: 50) kepuasan konsumen/ pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan harapannya.

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. suatu produk/jasa dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk/jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Dia membedakan mutu produk/jasa menjadi dua yaitu mutu desain dan mutu kecocokan (*quality of design and quality of comfermance*). dimana mutu desain mencerminkan apakah suatu produk atau jasa memiliki suatu penampilan/penampakan. Mutu kecocokan

mencerminkan seberapa jauh produk/jasa benar-benar cocok atau sesuai dengan maksud desain.

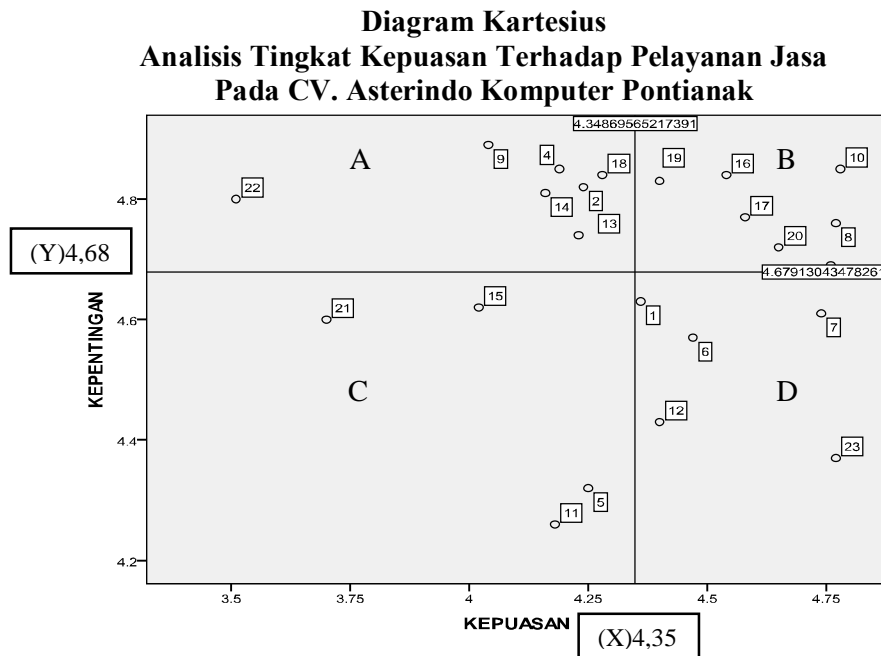
Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Dimensi kualitas berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang diterima. Jika kenyataan pelanggan menerima melebihi harapan, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas. Dan jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanan tidak berkualitas.

*American Society for Quality Control* dalam Tjiptono dikutip oleh Danang Sunyoto (2014: 240) menyatakan bahwa kualitas atau mutu merupakan: keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Goeth dan Davis dalam Tjiptono yang dikutip oleh Danang Sunyoto (2014: 240) kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pengertian kualitas pelayanan dikutip Danang Sunyoto (2014: 240-241) kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan: sesuatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

### C. Metode

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode yang bersifat deskriptif dengan pendekatan survei, yaitu suatu metode dimana informasi diperoleh melalui permintaan keterangan kepada pihak yang memberikan keterangan atau jawaban. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara dan kuesioner. Sedangkan populasi dalam penelitian ini tidak terhingga karna tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, sehingga menjadi populasi semua pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa *service* komputer CV. Asterindo Komputer Pontianak. Jumlah Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden pada pelanggan yang menggunakan jasa *service* komputer pada CV. Asterindo Komputer Pontianak. Untuk dapat mengetahui berbagai variabel apa saja yang dianggap penting dan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, maka dilakukan analisis lanjutan menggunakan diagram kartesius. Hasil analisis menggunakan diagram kartesius diketahui sebagai berikut:



#### D. Hasil Dan Kesimpulan

1. Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan responden sehingga mengecewakan/tidak puas. Faktor ó faktor tersebut adalah:
  - a. kemampuan (*skill*) teknisi dan saran dalam memberikan pilihan perbaikan software/ hardware pada komputer/laptop dan printer
  - b. ketersediaan suku cadang (*sparepart*) yang tersedia di CV. Asterindo Komputer
  - c. kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan proses pelayanan *service* komputer/laptop dan printer
  - d. kemudahan dalam proses pelayanan *service* komputer/ laptop dan printer
  - e. tanggung jawab perusahaan jika terjadi kerusakan atau kehilangan pada saat *service* komputer/laptop dan laptop
  - f. kemudahan pelanggan untuk menghubungi karyawan dan perusahaan
  - g. ketersediaan tempat parkir bagi pelanggan
2. Kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
  - a. pelayanan yang diberikan cepat, akurat dan memuaskan pelanggan



- b. kemampuan karyawan dalam memberikan informasi terhadap kerusakan komputer/ laptop dan printer
  - c. kemampuan dan pengetahuan karyawan tentang komputer/laptop dan printer
  - d. perhatian karyawan jika terjadi kerusakan kembali pada komputer/laptop dan printer yang sudah dilakukan perbaikan
  - e. kemudahan untuk mendapatkan pelayanan *service* komputer/laptop dan printer
  - f. perhatian karyawan terhadap pelanggan, ketika pelanggan bertanya tentang masalah komputer/laptop dan printer
  - g. keamanan tempat *service* komputer/laptop dan printer bagi pelanggan
3. Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja tapi dianggap kurang memuaskan.
- a. kesesuaian tarif yang ditetapkan dengan pelayanan jasa *service* komputer/laptop dan printer yang dilakukan
  - b. jaminan (garansi) setelah perbaikan komputer/ laptop dan printer
  - c. sikap ramah dan penampilan karyawan saat melaksanakan pekerjaan
  - d. kenyamanan ruangan *service* komputer/ laptop dan printer
4. Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tapi sangat memuaskan.

- a. penetapan hasil pemeriksaan terhadap kerusakan komputer/laptop dan printer
- b. kemampuan karyawan untuk cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan
- c. kecepatan karyawan dalam menanggapi setiap masalah yang timbul (*claim warranty, service* dan permintaan suku cadang)
- d. kejujuran karyawan dan keamanan komputer/laptop pada saat dilakukan perbaikan komputer/laptop, printer
- e. kebersihan lingkungan perusahaan

**Tabel 4.32**  
**Kepentingan dan Kepuasan pada tiap-tiap Variabel**

No	Variabel	Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan	Kuadrat
1	<i>Reliability</i>	4,36	4,662	<b>D</b>
2	<i>Responsiveness</i>	4,050	4,708	<b>A</b>
3	<i>Assurance</i>	4,295	4,618	<b>C</b>
4	<i>Emphaty</i>	4,45	4,82	<b>B</b>
5	<i>Tangible</i>	4,158	4,623	<b>C</b>
<b>Jumlah</b>		4,3536	4,6862	

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diagram kartesius yang telah penulis lakukan pada CV. Asterindo Komputer Pontianak indikator kepuasan konsumen di Bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kuadran A berada di variabel *responsiveness* (ketanggapan) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,050 dan nilai Y = kepentingannya sebesar 4,708 yang dapat diartikan variabel tersebut merupakan atribut yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen dan merupakan hal yang dianggap penting namun belum dapat dilakukan

atau dilaksanakan dengan baik oleh CV. Asterindo Komputer Pontianak.

2. Kuadran B berada di variabel *Emphaty* (Empati) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,45 dan nilai Y = kepentingannya sebesar 4,82 yang dapat diartikan variabel tersebut merupakan variabel yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, dan pelaksanaannya oleh CV. Asterindo Komputer Pontianak sudah dianggap baik dan wajib dipertahankan.
3. Kuadran C berada di variabel *Assurance* (Jaminan) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,295 dan nilai Y = kepentingannya sebesar 4,618 dan variabel *tangible* (bukti fisik) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,158 dan nilai Y = kepentingannya sebesar 4,623 yang dapat diartikan variabel yang dianggap kurang penting bagi konsumen, sehingga pelaksanaannya oleh CV. Asterindo Komputer Pontianak masih belum memuaskan.
4. Kuadran D berada di variabel *Reliability* (keandalan) dengan nilai X = kepuasan sebesar 4,36 dan nilai Y = kepentingannya sebesar 4,662 yang dapat diartikan variabel tersebut dianggap kurang penting. Sehingga pelaksanaannya oleh pihak CV. Asterindo Komputer Pontianak terlalu berlebihan.

## E. Daftar Pustaka

- Kotler, Philip dan Susanto A.B, 2000, Manajemen Pemasaran di Indonesia, Edisi Pertama, Jilid 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2001, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedelapan, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler Philip, 2002. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane, Kevin, 2008, Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1 dan Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kountur Ronny, 2008. Menguasai Riset Pemasaran Lembaga Penerbit PPM. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane, Kevin, 2009, Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1, Terjemah Bob Sabran, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sunyoto Danang, 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. 2014. CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta.
- Santosa Insap, P, 2004. Interaksi Manusia dan Komputer. Edisi II. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Supranto, J, 2011. Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan, Cetakan Keempat Rineke Cipta, Jakarta.
- Tjiptono Fandy, 2012. Manajemen Jasa, Edisi Pertama. Andi Offse, Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy, 2012. Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Yani Ahmad, 2005. *Panduan Membangun Jaringan Komputer*. Penerbit: Kawan Pustaka.