

**LAPORAN AKHIR
PROGAM HIBAH PENELITIAN
DOSEN UM PONTIANAK
TAHUN ANGGARAN 2012**



Analisis Kepuasan Pelanggan Harian Tribun Pontianak

Peneliti : Helman Fachri, SE, MM

NIDN : 1107056101

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2012**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR
HIBAH PENELITIAN DOSEN
TAHUN AKADEMIK 2012**

1. Judul Penelitian : Analisis Kepuasan Pelanggan Harian Tribun Pontianak
2. Ketua Pengusul
- a. Nama Lengkap : Helman Fachri, SE, MM
 - b. NIK : 090 131070561 001
 - c. Gol/Fungsional : IVa/ Lektor Kepala
 - d. Jabatan Struktural : -
 - e. Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen
 - f. Bidang Ilmu : Ekonomi
 - g. Alamat Kantor : Jl. Ahmad Yani No. 111 Pontianak
 - h. Telepon/Faks : 0561-764571
 - i. Alamat Rumah : Jl. Tanjung Raya, Kompl. Bali Asri
 - j. Surel : Helman.Fachri@unmuhpnk.ac.id
 - k. HandPhone : 0821-5042-1123
3. Jangka Waktu Penelitian : 5 Bulan
4. Lokasi Penelitian : Universitas Muhammadiyah Pontianak
5. Usulan Pembiayaan : Rp 5.000.000 (Lima Juta Rupiah)

Menyetujui,
Ketua LPPM UM Pontianak



Edy Suryadi, SE., MM
NIK. 091 131100263 003

Pontianak, 19 Maret 2012
Ketua Pelaksana Penelitian

Helman Fachri, SE, MM
NIK. 090 131070561 001

RINGKASAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk mengetahui persepsi yang mendorong konsumen untuk berlangganan surat kabar harian Tribun Pontianak

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambar, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli surat kabar Harian Tribun Pontianak. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang berlangganan surat kabar Harian Tribun Pontianak. Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah secara kualitatif berdasarkan data yang diperoleh hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden. Kuesioner dibuat untuk menjawab dua informasi pokok yaitu informasi tentang kepuasan dan kepentingan skala likert.

Hasil penelitian diperoleh Variabel *tangible* (bukti fisik) berada di kuadran B, yang dapat diartikan variabel tersebut merupakan variabel yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen, dan pelaksanaannya oleh PT. Kapuas Media Grafika sudah dianggap baik dan wajib dipertahankan. Variabel *Reliability* (keandalan) berada di kuadran C, yang dapat diartikan variabel tersebut merupakan variabel yang dianggap kurang penting bagi konsumen. Sehingga pelaksanaannya oleh PT. Kapuas Media Grafika masih belum memuaskan. Variabel *Emphaty* (kepedulian) berada di kuadran D, yang dapat diartikan variabel tersebut dianggap kurang penting. Sehingga pelaksanaannya oleh pihak PT. Kapuas Media Grafika terlalu berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa responden puas terhadap pelayanan dan produk PT. Kapuas Media Grafika.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	1
DAFTAR ISI	2
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Permasalahan.....	6
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Kerangka Pemikiran.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	16
3.1. Tujuan.....	16
3.2. Manfaat.....	16
BAB 4 METODE PENELITIAN	17
4.1. Metode Penelitian.....	17
4.2. Teknik Pengumpulan Data	17
4.3. Populasi dan Sampel	17
4.4. Teknik Analisis Data.....	18
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	21
5.1. Karakteristik Responden	21
5.2. Harapan Responden Terhadap Kualitas Koran Tribun Pontianak	23
5.3. Analisis Nilai Kepentingan Responden Terhadap Pelayanan	33
5.4. Kinerja yang Dirasakan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Tribun Pontianak ..	36
5.5. Analisis Nilai Kepuasan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	46
5.6. Diagram Kartesius.....	48
5.7. Analisis Servqual.....	52
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	58
6.1. KESIMPULAN	58
6.2. SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	60

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Indonesia, peranan surat kabar merupakan salah satu alat untuk merealisasikan tujuan nasional seperti yang tercantum dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alenia ke-empat yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa.

Seperti kita ketahui bahwa dalam kehidupan masyarakat dunia yang semakin maju dan berkembang, kebutuhan informasi yang cepat dan aktual sangat diperlukan, karena dengan adanya informasi setiap individu dapat mengikuti perkembangan dan kemajuan zaman. Dengan meningkatnya akan kebutuhan informasi maka berkembang pula dunia usaha dibidang penerbitan pers.

Di Kalimantan Barat khususnya kota Pontianak banyak surat kabar dan majalah yang beredar di masyarakat antara lain Tribun Pontianak, Pontianak Post, Equator, Kapuas Post, Kompas, Republika, Mardeka, Radar Pontianak dan Tempo. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat kota Pontianak tidak bisa terlepas dari kebutuhan informasi.

Sebagai industri yang menjual informasi atau berita, maka perusahaan harus menyajikan berita-berita yang aktual dan menarik bagi para pembacanya. Biasanya konsumen berkeinginan untuk membeli surat kabar karena ada berita yang aktual dan menarik, tetapi ada juga sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian secara tetap memperhatikan apakah berita yang ditampilkan mempunyai nilai aktual atau tidak.

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai perkembangan jumlah pelanggan surat kabar harian Tribun Pontianak yang ada di kota Pontianak dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Surat Kabar Harian Tribun Pontianak
Perkembangan Jumlah Pelanggan
(2009 - 2011)

Bulan	2009	2010	2011
	Jumlah Pelanggan	Jumlah Pelanggan	Jumlah Pelanggan
Januari	6.092	4.732	5.180
Februari	6.267	4.775	5.237
Maret	6.350	4.804	5.304
April	6.420	4.804	5.371

Mei	6.519	4.815	5.382
Juni	5.421	4.852	5.379
Juli	5.013	4.902	5.414
Agustus	4.490	5.121	5.410
September	4.573	5.119	5.415
Oktober	4.693	5.144	5.416
November	4.648	5.160	5.425
Desember	4.667	5.156	5.459

Sumber : *Tribun Pontianak 2012*

Dari Tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah pelanggan surat kabar harian Tribun Pontianak untuk tahun 2010 mengalami penurunan 5769 pelanggan atau sebanyak 8,8% , hal ini disebabkan karena kenaikan harga langganan dari Rp.30.000,00 per bulan menjadi Rp.55.000,00 per bulan. Pada Tahun 2011 terjadi kenaikan jumlah pelanggan sebanyak 5008 pelanggan atau 8,43%, hal ini disebabkan karena Tribun Pontianak memberikan tabloid. Tabloid tersebut diberikan sebulan sekali dan pelanggan diberikan pilihan untuk memilih salah satunya seperti Nova, Saji, Soccer, Rumah, Sinyal, Otoplus, selain itu Tribun Pontianak sering mengadakan event-event seperti jalan santai, fun bike dan event-event lainnya yang menguntungkan bagi pelanggan.

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai perkembangan jumlah Produksi surat kabar Harian Tribun Pontianak yang ada di Kota Pontianak dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2
Surat Kabar Harian Tribun Pontianak
Jumlah Produksi
(2009-2011)

Bulan	2009	2010	2011
	Eksamplar	Eksamplar	Eksamplar
Januari	188852	146692	160580
Februari	175476	133700	146636
Maret	196850	150040	164424
April	192600	145200	161130
Mei	202089	149265	166842
Juni	162630	144750	161370
Juli	155403	151962	167834
Agustus	139190	158751	167710
September	118898	133094	140790
Oktober	145483	159464	167896
November	139440	154800	162750
Desember	139440	154680	163740
Jumlah	1956351	1782398	1931702

Sumber : *Tribun Pontianak 2012*

Dari Tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah produksi surat kabar Harian Tribun Pontianak untuk tahun 2010 mengalami penurunan 173958 Eksamplar atau sebanyak 8,89%, hal ini disebabkan karena terjadi kenaikan harga dari Rp.30.000 per bulan menjadi Rp.55.000 per bulan. Sedangkan untuk di Tahun 2011 mengalami kenaikan 149304 Eksamplar atau sebanyak 0,83%

Untuk mengetahui perkembangan perusahaan PT. Akcaya Utama Pres Pontianak pada Tabel 1.3 berikut dapat dilihat jumlah pelanggan PT. Akcaya Utama Pres Pontianak dari Tahun 2009-2011 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Surat Kabar Harian Pontianak Post Di Kota Pontianak
Perkembangan Jumlah Pelanggan
(2009-2011)

BULAN	TAHUN	TAHUN	TAHUN
	2009	2010	2011
Januari	8,224	8,584	8,715
Februari	8,247	8,595	8,732
Maret	8,257	8,620	8,764
April	8,286	8,644	8,778
Mei	8,311	8,675	8,769
Juni	8,355	8,677	8,757
Juli	8,430	8,708	8,758
Agustus	8,555	8,713	8,726
September	8,550	8,738	8,737
Oktober	8,559	8,716	8,748
November	8,586	8,736	8,775
Desember	8,571	8,704	8,796

Sumber : Pontianak Post 2012

Dari Tabel 1.3 terlihat bahwa jumlah pelanggan surat kabar Harian Pontianak Post untuk tahun 2010 mengalami kenaikan 3179 Eksamplar atau sebanyak 3,14% hal ini disebabkan karena kenaikan harga Koran langganan Tribun Pontianak. Untuk tahun 2011 terjadi kenaikan jumlah pelanggan sebanyak 945 Eksamplar atau 0,90%. Sebagai pembandingan dari perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, peneliti memilih salah satu perusahaan media cetak di Kota Pontianak yang memiliki profesi sama dengan PT. Akcaya Utama Pres, yang terus mengalami peningkatan jumlah pelanggan selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2009-2011. Perusahaan tersebut adalah PT. Akcaya Utama Press yang berlokasi di Jalan Gajah Mada No. 2-4 Pontianak.

Dari uraian dan data di atas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Kepuasan Pelanggan Harian Tribun Pontianak**”

1.2. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan penelitian ini “Analisis Kepuasan Pelanggan Harian Tribun Pontianak”

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang ada, maka untuk membuat penulis menjadi tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan, penulis telah membatasi ruang lingkup permasalahan yaitu persepsi yang mendorong konsumen untuk berlangganan harian Tribun Pontianak” dengan meliputi 5 dimensi :

1. *Reliability* (keandalan)
2. *Responsiveness* (daya tangkap)
3. *Assurance* (jaminan)
4. *Emphaty* (empati)
5. *Tangibles* (berwujud)

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk mengetahui kepuasan pelanggan Harian Tribun Pontianak.

1.5. Manfaat Penelitian

Penilaian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi bagi paradosen dan mahasiswa yang ingin mengkaji lebih jauh dan mendalam mengenai permasalahan yang berhubungan dengan perilaku konsumen.

1.6. Kerangka Pemikiran

Berbagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa pasti memperhatikan pelayanan kepada setiap konsumen yang menggunakan jasanya agar kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa tersebut terus meningkat. Menurut Philip Kotler (2004: 561) ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*): kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

2. Daya tangkap (*responsiveness*): kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.
3. Jaminan (*Assurance*): pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan bagi pelanggan.
4. Empati (*Empathy*): syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
5. Bukti Fisik (*tangible*): penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Menurut Philip Kotler (2004: 42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Seperti dijelaskan dalam definisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/ kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Philip Kotler (2004: 18) Bauran pemasaran (*marketing mix*) seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran yang terdiri dari:

1. Produk

Kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.

2. Harga

Sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk, harga harus sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan kalau pembeli akan membeli produk pesaing.

3. Promosi

Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membeli produk yang ditawarkan.

4. Tempat

Berbagai kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh konsumen.

5. Orang

Orang sangat berperan penting dalam mengelola produk atau jasa di suatu perusahaan, tentu harus mempunyai keahlian sehingga hasil yang didapatkan dari jasa atau produk benar-benar berkualitas yang baik sebab unsur ini sangat berpengaruh.

6. Bukti Fisik

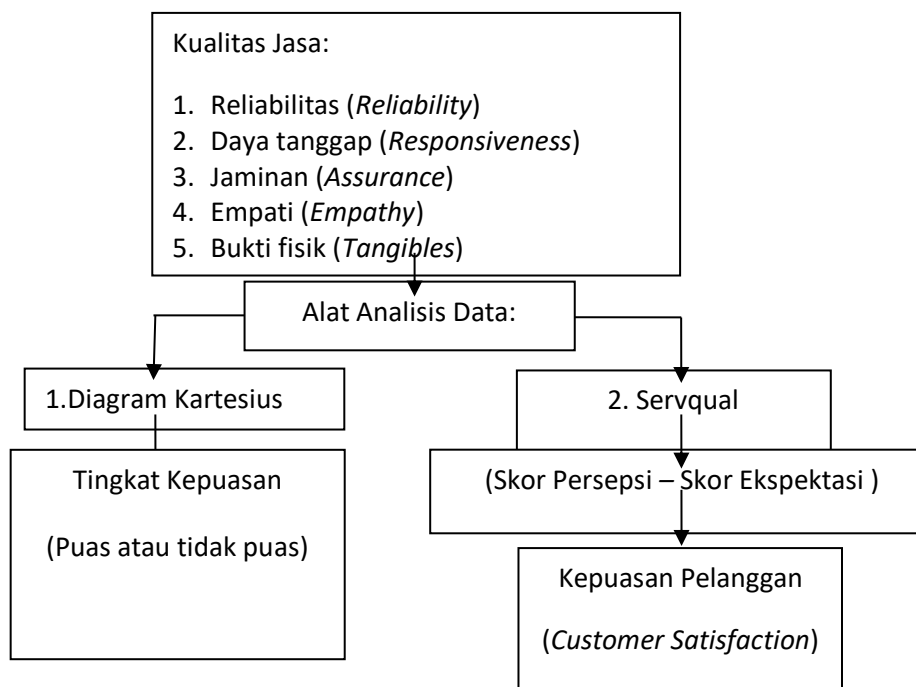
Kenyamanan dan kemudahan suatu tempat dipasarkannya suatu jasa merupakan nilai tersendiri bagi konsumen begitu juga keberagaman suatu jasa atau produk itu sendiri dapat menarik minat suatu konsumen sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan tercapai.

7. Proses

Berbagai macam proses pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan memberikan kenyamanan bagi konsumen dengan tujuan merasakan kepuasan dan mengulang kembali produk dan jasa yang diberikan pelayanan dalam kecepatan dan ketepatan dalam mengelolah produk dan jasa kepada konsumen.

Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan pembeli. Karena menyadari bahwa kepuasan yang tinggi mendorong kesetiaan pelanggan yang tinggi. Pada Gambar 1.1 dapat dilihat kerangka pemikiran kepuasan konsumen pada jasa sebagai berikut :

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Jasa

Kita mengetahui bahwa yang disalurkan oleh para produsen, bukan benda-benda berwujud saja, tapi juga jasa-jasa. Sifat perusahaan yang menghasilkan 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.”

Menurut Kotler (2002: 498) ada lima kesenjangan untuk mengidentifikasi yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen: manajemen selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi mutu jasa: manajemen mungkin memahami secara tepat keinginan pelanggan tetapi tidak menetapkan satu kumpulan standar kinerja tertentu.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dan penyampaian jasa: para petugas mungkin kurang teliti, tidak mampu atau tidak memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal: harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat para petugas perusahaan dan iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan yang diharapkan: kesenjangan itu terjadi bila pelanggan memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

Jasa dapat dinilai arti penting (*customer importance*) dan kinerja perusahaan (*company performance*). Analisis arti penting kinerja dapat digunakan untuk

meningkatkan berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan. Menurut Husein Umar (2003:38) ada lima karakteristik kualitas pelayanan antara lain:

1. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan secara dan memuaskan serta sesuai dengan telah yang dijanjikan.
2. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-keraguan. Dimensi kepastian ini atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi kompetensi artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan pelayanan, kesopanan yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap karyawan, serta kredibilitas meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
4. *Empathy*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan. Dimensi empathy ini merupakan penghubungan dari dimensi akses meliputi kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan, komunikasi merupakan kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan. Serta pemahaman pada pelanggan meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
5. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

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.

B. Kepuasan Konsumen

Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dikirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. jika kinerja berbeda dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika

kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang.

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 Husein Umar (2005: 50) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen ada dua macam yaitu:

1. Kepuasan Fungsional

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan.

2. Kepuasan Psikologikal

Merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak terwujud dari produk.

Menurut Philip Kotler (2002:208) kepuasan konsumen merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk dengan kinerja yang disarankan konsumen terhadap produk tersebut. Jika kinerja lebih rendah daripada harapan, pelanggan akan kecewa, jika ternyata sesuai harapan maka pelanggan akan puas.

Menurut Buchari Alma (2004:286) ada 6 sebab munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu antara lain:

1. Tidak sesuai harapan dengan kenyataan.
2. Layanan selama menikmati jasa tidak memuaskan.
3. Perilaku personil kurang memuaskan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
5. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
6. Promosi iklan terlalu muluk, tidak sesuai kenyataan.

Menurut Alma Buchari (2002:112) bagi perusahaan yang berwawasan pelanggan kepuasan adalah sasaran sekaligus kiat pemasaran. Ada berbagai perangkat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan yaitu sistem keluhan dan saran, survei kepuasan pelanggan, belanja siluman dan analisis pelanggan yang hilang. Banyak cara yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur atau memantau kepuasan pelanggan.

Untuk membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan merupakan ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan untuk kerja yang senyatanya diterima. Masalah kepuasan adalah merupakan masalah yang bersifat subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama

dengan kepuasan yang dirasakan oleh orang lainnya. Walaupun jasa yang diberikan sama kualitasnya. Karena kepuasan sangat sulit diukur secara kuantitatif.

Menurut Fandy (2004: 160-169) ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu:

1. *Relationship Marketing*

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus-menerus sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan.

2. *Strategi Superior Customer Service*

Perusahaan yang menerapkan strategi ini berusaha untuk menawarkan pelayanan yang lebih baik dan unggul dari pada pesaingnya. Untuk mewujudkannya dibutuhkan dana yang besar, sumber daya manusia, dan usaha yang gigih. Meskipun demikian, melalui pelayanan yang lebih unggul, perusahaan yang bersangkutan dapat membebaskan harga yang lebih tinggi pada jasanya.

3. *Strategi Unconditional Guarantees*

Merancang garansi tertentu atau dengan memberikan pelayanan purna jual yang baik. Pelayanan purna jual ini harus pula menyediakan media cukup efisien dan efektif untuk menangani keluhan. Minimal persepsi terhadap kepuasan dan kewajaran akan meningkat jika perusahaan mengakui kesalahannya dan menyampaikan permohonan maaf, serta memberikan semacam ganti rugi yang berharga bagi konsumen.

4. Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas.

C. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor penting dalam suatu usaha dan sekaligus merupakan aktivitas yang mutlak diperlukan oleh setiap perusahaan dalam upayanya mempertahankan kelangsungan hidup dan memperoleh laba untuk berkembang. Selain itu, aktivitas pemasaran dijalankan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Pengertian pemasaran menurut beberapa ahli pemasaran dapat dijelaskan sebagai berikut:

Philip Kotler (2005:10) mendefinisikan pemasaran sebagai: “Proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.”

Sedangkan menurut Swastha dan Sukotjo (2002:179): “Pemasaran sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.”

D. Kualitas Pelayanan

Persoalan kualitas produk menjadi isu sentral bagi setiap perusahaan dalam situasi persaingan global yang semakin kompetitif. Kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk berkualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan produk berkualitas, maka kepuasan konsumen akan tercapai. Kualitas apabila dikelola dengan tepat akan berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai tambah berupa motivasi khusus bagi para

pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Menurut Lewis dan Blooms dalam Tjiptono (2012:157): “Kualitas layanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.”

Sedangkan Lovelock dan Wright (2005:92) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai: “Sejauh mana jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.”

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut untuk mengetahui kepuasan pelanggan Harian Tribun Pontianak.

3.2. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka perumusan strategi dan penentuan kebijaksanaan pemasaran tentang koran guna meningkatkan volume penjualan dan mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar harian Tribun Pontianak.

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Menurut M. Hariwijaya M. Djaelani (2004:39) penelitian deskriptif adalah sebagai berikut: “Suatu metode dalam meneliti suatu status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang”. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambar, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

4.2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut M. Hariwijaya M. Djaelani (2004:44) “Observasi ialah pengumpulan data secara sistematis melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti”.

b. Wawancara

Adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Teknik ini dipergunakan oleh penulis sebagai cara untuk memperoleh data dengan jalan mengadakan wawancara secara langsung dengan karyawan yang berhubungan dengan pokok pembahasan pada penulis.

c. Kuesioner

Menurut M. Hariwijaya M. Djaelani (2004: 42) : “Kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data yang berupa serangkaian daftar pertanyaan untuk dijawab responden”. Kuesioner dapat disebut juga sebagai interview tertulis dimana responden dihubungi melalui daftar pertanyaan.

4.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2003: 56). : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang membeli harian Tribun Pontianak yang berjumlah 64.392 pelanggan pada Tahun 2012.

b. Sampel

Menurut Sugiono (2003:72): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 100 responden yang berlangganan surat kabar harian Tribun Pontianak. Menurut M. Hariwijaya M. Djaelani (2004: 47) terdapat empat faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan besarnya sampel pada suatu penelitian, yaitu :

- 1) Presisi yang dikehendaki oleh mahasiswa. Makin tinggi tingkat presisi yang dikehendaki, makin besar jumlah sampel yang harus diambil.
- 2) Rencana analisa. Besar kecilnya pengambilan sampel disesuaikan dengan kebutuhan analisa.
- 3) Derajat keragaman dari populasi. Makin seragam populasi, makin kecil sampel yang dapat diambil. Tetapi apabila populasi itu secara sempurna tidak seragam, maka hanya pencacahan lengkap yang dapat memberikan gambaran yang representatif. Tenaga, biaya, dan waktu. Jika menginginkan presisi yang tinggi, maka jumlah sampel harus besar. Tetapi bila dana, tenaga dan waktu terbatas maka tidak mungkin mengambil sampel yang besar dan ini berarti menurunkan presisi.

4.4. Teknik Analisis Data

Adapun alat analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah secara kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden.

Kuesioner dibuat untuk menjawab dua informasi pokok, yaitu informasi tentang kepuasan dan kepentingan skala likert sebagai berikut :

Untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen atau pelanggan akan digunakan skala likert. Kemudian skala likert tersebut akan diberikan bobot sebagai berikut :

Kepentingan	Nilai	kepuasan	Nilai
Sangat Penting	5	Sangat Puas	5
Penting	4	Puas	4
Cukup Penting	3	Cukup Puas	3
Kurang Penting	2	Kurang Puas	2
Tidak Penting	1	Tidak Puas	1

a. Analisis Servqual

Kualitas pelayanan diukur dari fungsi dimensi diatas dengan menghitung variabel G yang menggambarkan selisih atau GAP antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dengan kepentingan pelanggan. Rumus sederhananya bisa ditulis sebagai berikut:

$$G = P - E$$

Dimana:

P = Persepsi pelanggan terhadap pelayanan (*perception of delivered service*)

E = *Expectation of service*

b. Analisis Diagram Kartesius

Selanjutnya perhitungan tingkat Kepuasan tersebut dimasukan kedalam diagram kartesius yang dapat dilihat:

Gambar 1.2

Diagram Kartesius

<p>Y = Kepentingan</p> <p>Sangat Penting dan tidak puas</p> <p>Prioritas Utama</p> <p>A</p>	<p>Sangat penting dan sangat puas</p> <p>Pertahankan persepsi</p> <p>B</p>
<p>Kurang penting dan kurang puas</p> <p>Prioritas Rendah</p> <p>C</p>	<p>Kurang penting dan sangat puas</p> <p>Berlebihan</p> <p>D</p>

X = Kepuasan

Keterangan

- Kuadran A : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan sehingga mengecewakan/ tidak puas.
- Kuadran B : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- Kuadran C : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaan oleh perusahaan biasa-biasa saja karena dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- Kuadran D : Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tetapi sangat memuaskan.

Diagram kartesius adalah suatu bangunan yang terdiri atas 4 (empat) bagian yang dibatasi oleh dua garis yang terpotong tegak lurus pada titik X dan Y. Titik X merupakan rata-rata dari skor tingkat pelaksanaan/ kinerja sedangkan Y merupakan rata-rata skor tingkat harapan/ kepentingan. Rumus dipakai yaitu :

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n} \qquad \bar{y} = \frac{\sum yi}{n}$$

Dimana :

$$\begin{aligned} \bar{x} &= \text{Skor rata-rata nilai atribut tingkat kinerja/ kepuasan} \\ \bar{y} &= \text{Skor rata-rata nilai atribut tingkat harapan/ kepentingan} \\ \sum xi &= \text{Jumlah nilai atribut tingkat kinerja/ kepuasan} \\ \sum yi &= \text{Jumlah nilai atribut tingkat harapan/ kepentingan} \\ &= \text{Jumlah responden} \end{aligned}$$

n

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan salah satu ciri-ciri yang dapat diteliti serta digunakan untuk keperluan analisis data. Berdasarkan kuesioner yang disebarkan pada responden diperoleh data yang meliputi : nama, alamat, umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan perbulan. Dari hasil kuesioner yang dibagikan, maka dapat diketahui gambaran konsumen Harian Tribun Pontianak sebagai berikut:

1. Usia Responden

Berdasarkan hasil penelitian, usia responden dapat dilihat dalam Tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1
Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase (%)
25-30 tahun	44	44
31-35 tahun	32	32
36-40 tahun	16	16
41-45 tahun	8	8
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden atau 44 % berusia 25- 30 tahun.

2. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian, jenis kelamin responden dapat dilihat dalam Tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Pria	68	68
Wanita	32	32
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden atau 68 % berjenis kelamin pria.

3. Pendidikan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, pendidikan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SLTA	25	25
Diploma	32	32
S1	43	43
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden atau 43% berpendidikan Sarjana (S1).

4. Penghasilan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, penghasilan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Penghasilan Responden

Penghasilan (Rp)	Jumlah	Persentase (%)
1.000.000 – 1.999.999	43	43
2.000.000 – 2.999.999	12	12
3.000.000 – 3.999.999	28	28
4.000.000 – 4.999.999	11	11
5.000.000 – 5.999.999	6	6
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden atau 43 % memiliki penghasilan Rp. 1.000.000,00-1.999.999,00 perbulan.

5. Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, pekerjaan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Swasta	40	40
Pegawai negeri sipil	38	38
Pegawai BUMN	22	22
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden atau 40 % bekerja sebagai pegawai negeri sipil.

5.2. Harapan Responden Terhadap Kualitas Koran Tribun Pontianak

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui mengenai harapan responden kepada kualitas Produk koran Harian Tribun Pontianak yang diberikan oleh PT Kapuas Media Grafika. Untuk memudahkan dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut:

1. Sangat Penting (SP) = 5
2. Penting (P) = 4
3. Cukup Penting = 3
4. Kurang penting = 2
5. Tidak Penting = 1

Berikutnya mencari rata-rata setiap jawaban dari responden, untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut maka dibuat interval. Harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kapuas Media Grafika dapat dilihat pada tabel-tabel sebagai berikut:

1. Kepentingan Responden Mengenai Kemudahan dalam Memperoleh Informasi di Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai kemudahan dalam memperoleh informasi di Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6
Kepentingan Responden Mengenai Kemudahan dalam Memperoleh Informasi di Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	35	35
Penting	65	65
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas dapat dilihat sebagian besar responden atau 65% menyatakan bahwa kemudahan dalam memperoleh informasi di Harian Tribun Pontianak merupakan hal yang penting.

2. Kepentingan Responden Mengenai Kemudahan Ketika Akan Memulai Berlangganan Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai kemudahan ketika akan memulai berlangganan pada Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.7
Kepentingan Responden Mengenai Kemudahan Ketika Akan Memulai Berlangganan Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Peresentase (%)
Sangat Penting	34	34
Penting	57	57
Cukup Penting	9	9
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat sebagian besar responden atau 57% responden menyatakan bahwa kemudahan ketika akan memulai berlangganan surat kabar Harian Tribun Pontianak merupakan hal yang penting.

3. Kepentingan Responden Mengenai Ketepatan Pelayanan Yang Diberikan Ketika Agen Mengantarkan Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai ketepatan pelayanan yang diberikan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.8
Kepentingan Responden Mengenai Ketepatan Pelayanan Diberikan Ketika Agen Mengantarkan Harian Tribun Pontianak **Yang**

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	56	56
Penting	37	37
Cukup Penting	7	7
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat sebagian besar responden atau 56% menyatakan bahwa ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak merupakan hal yang sangat penting.

4. Kepentingan Responden Mengenai Kesigapan Kayawan Atau Petugas Untuk Menanyakan Kepada Pelanggan Baru Apakah Koran Yang Diantarkan Sesuai Dengan Waktu Yang Diinginkan

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai kesigapan kayawan atau petugas untuk menanyakan kepada pelanggan baru apakah koran yang diantarkan sesuai dengan waktu yang diinginkan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.9
Kepentingan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Atau Petugas Untuk Menanyakan Kepada Pelanggan Baru Apakah Koran Yang Diantarkan Sesuai Dengan Waktu Yang Diinginkan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	45	47
Penting	24	24
Cukup Penting	16	16
Kurang Penting	15	15
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012 : sebagian besar responden atau 45% menyatakan bahwa kesigapan karyawan atau petugas untuk menanyakan kepada pelanggan baru apakah koran yang diantarkan sesuai dengan waktu yang diinginkan merupakan hal yang sangat penting.

5. Kepentingan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Dalam Melayani Komplain Apabila Koran Tidak Diantar Atau Telat Diterima Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai kesigapan karyawan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.10
Kepentingan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Dalam Melayani Komplain Apabila Koran Tidak Diantar Atau Telat Diterima Pelanggan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	68	68
Penting	32	32
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat sebagian besar responden atau 68% menyatakan bahwa kesigapan karyawan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan merupakan hal yang sangat penting.

6. Kepentingan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Dalam Memberikan Kepastian Informasi Bahwa Pada Saat Pelanggan Harian Tribun Pontianak Di Hari Pertama Akan Tepat Waktu

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan harian tribun pontianak di hari pertama akan tepat waktu

Tabel 4.11
Kepentingan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Dalam Memberikan Kepastian Informasi Bahwa Pada Saat Pelanggan Harian Tribun Pontianak Di hari Pertama Akan Tepat Waktu

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	72	72
Penting	28	28
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat sebagian besar responden atau 72% menyatakan bahwa kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan Harian Tribun Pontianak di hari pertama akan tepat waktu merupakan hal yang sangat penting.

7. Kepentingan Responden Mengenai Reputasi Dan Perusahaan Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai reputasi dan perusahaan dari Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.12
Kepentingan Responden Mengenai Reputasi Dan Perusahaan Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
------------	--------	----------------

Sangat Penting	54	54
Penting	46	46
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dilihat sebagian besar responden 54% menyatakan bahwa reputasi dan perusahaan Harian Tribun Pontianak merupakan hal yang sangat penting.

8. Kepentingan Responden Mengenai Keramahan Petugas Agen Pada Pelanggan Ketika Melakukan Penagihan

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai keramahan petugas agen pada pelanggan ketika melakukan penagihan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.13
Kepentingan Responden Mengenai Keramahan Petugas Agen Pada Pelanggan Ketika Melakukan Penagihan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	36	36
Penting	60	60
Cukup Penting	4	4
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat sebagian besar responden 60% menyatakan bahwa keramahan petugas agen pada pelanggan ketika melakukan penagihan merupakan hal yang penting.

9. Kepentingan Responden Mengenai Perhatian Terhadap Keluhan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai perhatian terhadap keluhan pelanggan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.14
Kepentingan Responden Mengenai Perhatian Terhadap
Keluhan Pelanggan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	89	89
Penting	11	11
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat sebagian besar responden atau 89% menyatakan perhatian terhadap keluhan pelanggan merupakan hal yang sangat penting.

10. Kepentingan Responden Mengenai Ketersediaan Nomor Telefon Untuk Mempermudah Dalam Menyampaikan Keluhan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai ketersediaan nomor telefon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan.

Tabel 4.15
Kepentingan Responden Mengenai Ketersediaan Nomor Telepon Untuk
Mempermudah Dalam Menyampaikan Keluhan Pelanggan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	74	74
Penting	26	26
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat sebagian besar responden atau 74% menyatakan ketersediaan nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan merupakan hal yang sangat penting.

11. Kepentingan Responden Mengenai Kemudahan Menghubungi Agen dan Kantor Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai kemudahan menghubungi agen dan kantor tribun pontianak.

Tabel 4.16
Kepentingan Responden Mengenai Kemudahan Menghubungi Agen Dan Kantor Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Peresentase (%)
Sangat Penting	71	71
Penting	29	29
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat sebagian besar responden 71% menyatakan bahwa kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak merupakan hal yang sangat penting.

12. Kepentingan Responden Mengenai Mutu Berita Dan Isi Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai mutu berita dan isi surat kabar harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.17
Kepentingan Responden Mengenai Mutu Berita Dan Isi Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	88	88
Penting	12	12
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dilihat sebagian besar responden atau 88% menyatakan mutu berita dan isi Harian Tribun Pontianak merupakan hal yang sangat penting.

13. Kepentingan Responden Mengenai Lay Out/ Penataan Halaman Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai lay out / penataan halaman dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.18
Kepentingan Responden Mengenai Lay Out/ Penataan Halaman Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	69	69
Penting	31	31
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat dilihat sebagian besar responden atau 69% menyatakan Lay Out/ penataan halaman dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak merupakan hal yang sangat penting.

14. Kepentingan Responden Mengenai Kualitas Foto/Gambar Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai kualitas foto/ gambar dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.19
Kepentingan Responden Mengenai Kualitas Foto/ Gambar Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	57	57
Penting	43	43

Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat dilihat sebagian besar responden atau 57% menyatakan bahwa kualitas foto/ gambar dalam Harian Tribun Pontianak merupakan hal yang sangat penting.

15. Kepentingan Responden Mengenai Bahasa Yang Digunakan Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak Mudah Dimengerti Oleh Pembaca

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai bahasa yang digunakan dalam surat kabar harian tribun pontianak mudah dimengerti oleh pembaca dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.20
Kepentingan Responden Mengenai Bahasa Yang Digunakan Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak Mudah Dimengerti Oleh Pembaca

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	55	55
Penting	45	45
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dilihat sebagian besar responden atau 55% menyatakan bahwa bahasa yang digunakan dalam Harian Tribun Pontianak mudah dimengerti oleh pembaca merupakan hal yang sangat penting.

16. Kepentingan Responden Mengenai Halaman Iklan Yang Dimuat Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepentingan responden mengenai halaman iklan yang dimuat dalam Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.21
Kepentingan Responden Mengenai Halaman Iklan Yang Dimuat Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Penting	57	57
Penting	43	43
Cukup Penting	0	0
Kurang Penting	0	0
Tidak Penting	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.21 di atas dapat dilihat sebagian besar responden atau 57% menyatakan bahwa halaman iklan yang dimuat dalam surat kabar harian Tribun Pontianak merupakan hal yang sangat penting.

5.3. Analisis Nilai Kepentingan Responden Terhadap Pelayanan

Untuk lebih memudahkan dalam menganalisis, maka kepentingan responden terhadap kualitas pelayanan berdasarkan tabel-tabel di atas ditampilkan dalam bentuk tabel secara keseluruhan sebagai berikut:

Tabel 4.22
Analisis Nilai Kepentingan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

I

NO	Variabel <i>Reliability</i> (Keandalan) Item Pertanyaan	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepentingan						
		5	4	3	2	1		
1	Harian Tribun Pontianak mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi	35	65	0	0	0	435	4,35
2	Kemudahan ketika akan memulai berlangganan Harian Tribun Pontianak	34	57	9	0	0	425	4,25
3	Ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak kepada pelanggan	59	41	7	0	0	480	4,80
Jumlah							446,6	4,46

II

NO	Variabel <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepentingan						
	5	4	3	2	1			
1	Kesigapan karyawan atau petugas untuk menanyakan kepada pelanggan baru apakah koran yang diantarkan sesuai dengan waktu yang diinginkan	45	27	16	15	0	411	4,11
2	Kesigapan karyawan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan	68	32	0	0	0	468	4,68
Jumlah							439,5	4,39

III

NO	Variabel Assurance (Jaminan)	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepentingan						
	Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
1	Kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan mulai berlangganan Harian Tribun Pontianak dihari pertama akan tepat waktu	72	28	0	0	0	472	4,72
2	Reputasi dan perusahaan Harian Tribun Pontianak	54	46	0	0	0	454	4,54
3	Keramahan petugas agen pada pelanggan ketika melakukan penagihan	36	60	4	0	0	432	4,32
Jumlah							452	4,52

IV

NO	Variabel Emphaty (Kepedulian)	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepentingan						
	Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
1	Perhatian terhadap keluhan pelanggan	89	11	0	0	0	489	4,89
2	Ketersedian nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan	74	26	0	0	0	474	4,74
3	Kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak	71	29	0	0	0	451	4,51
Jumlah							471,33	4,71

V

NO	Variabel <i>Tangible</i> (Bukti Fisik) Item Pertayaan	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepentingan						
		5	4	3	2	1		
1	Mengenai mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak	88	12	0	0	0	488	4,88
2	Mengenai lay out/ penetapan halaman dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	69	31	0	0	0	469	4,69
3	Mengenai kualitas foto/ gambar dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	57	43	0	0	0	457	4,57
4	Mengenai bahasa yang digunakan dalam surat kabar harian Tribun Pontianak apakah mudah dimengerti oleh pembaca	55	45	0	0	0	455	4,55
5	Mengenai halaman iklan yang dimuat dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	57	43	0	0	0	457	4,57
Jumlah							465,2	4,652
Y							456,7	4,546

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat disimpulkan bahwa kepentingan responden kepada kualitas Harian Tribun Pontianak dapat dikatakan sangat penting, nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan responden yaitu sebesar 4,567 berada pada interval 1.00-5.00.

5.4. Kinerja yang Dirasakan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Tribun Pontianak

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada para responden, maka dapat diketahui kinerja yang dirasakan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kapuas Media Grafika. Untuk memudahkan dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut:

1. Sangat Puas (SP) = 5
2. Puas (P) = 4
3. Cukup Puas = 3
4. Kurang Puas = 2
5. Tidak Puas = 1

Kinerja yang dirasakan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut :

1. Kepuasan Responden Mengenai Kemudahan dalam Memperoleh Informasi di Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tingkat kepuasan responden mengenai kemudahan dalam memperoleh informasi di Harian Tribun Pontianak sebagai berikut:

Tabel 4.23
Kepuasan Responden Mengenai Kemudahan dalam Memperoleh Informasi di Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	53	53
Puas	37	37
Cukup Puas	10	10
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.23 diatas dapat dilihat sebagian besar responden atau 53% menyatakan sangat puas dengan kemudahan dalam memperoleh Informasi di Harian Tribun Pontianak.

2. Kepuasan Responden Mengenai Kemudahan Ketika Akan Memulai Berlangganan Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tingkat kepuasan responden mengenai kemudahan ketika akan memulai berlangganan Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.24
Kepuasan Responden Mengenai Kemudahan Ketika Akan Memulai Berlangganan Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	56	56
Puas	21	21

Cukup Puas	23	23
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat dilihat sebagian besar responden atau 56% menyatakan sangat puas dengan kemudahan dalam memulai berlangganan Harian Tribun Pontianak.

3. **Kepuasan Responden Mengenai Ketepatan Pelayanan Yang Diberikan Ketika Agen Mengantarkan Harian Tribun Pontianak**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tingkat kepuasan responden mengenai ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.25
Kepuasan Responden Mengenai Ketepatan Pelayanan Yang Diberikan Ketika Agen Mengantarkan Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	57	57
Puas	30	30
Cukup Puas	13	13
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.25 dapat dilihat sebagian besar responden atau 57% menyatakan sangat puas dengan ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak.

4. **Kepuasan Responden Mengenai Kesigapan Kayawan Atau Petugas Untuk Menanyakan Kepada Pelanggan Baru Apakah Koran Yang Diantarkan Sesuai Dengan Waktu Yang Diinginkan**

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai kesigapan karyawan atau petugas untuk Menanyakan kepada pelanggan baru apakah koran yang diantarkan sesuai dengan waktu yang diinginkan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.26
Kepuasan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Atau Petugas Untuk Menanyakan Kepada Pelanggan Baru Apakah Koran Yang Diantarkan Sesuai Dengan Waktu Yang Diinginkan

Keterangan	Jumlah	Peresentase (%)
Sangat Puas	85	85
Puas	15	15
Cukup Puas	0	0
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.26 dapat dilihat sebagian besar responden atau 85% menyatakan sangat puas dengan kesigapan karyawan atau petugas untuk menanyakan kepada pelanggan baru apakah koran yang diantarkan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

5. **Kepuasan Responden Mengenai Kesigapan Karwayan Dalam Melayani Komplain Apabila Koran Tidak Diantar Atau Telat Diterima Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai kesigapan karwayan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.27
Kepuasan Responden Mengenai Kesigapan Karwayan Dalam Melayani Komplain Apabila Koran Tidak Diantar Atau Telat Diterima Pelanggan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	69	69
Puas	31	31
Cukup Puas	0	0
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.27 dapat dilihat sebagian besar responden atau 69% menyatakan sangat puas dengan kesigapan karwayan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan.

6. Kepuasan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Dalam Memberikan Kepastian Informasi Bahwa Pada Saat Pelanggan Harian Tribun Pontianak Di Hari Pertama Akan Tepat Waktu

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan Harian Tribun Pontianak dihari pertama akan tepat waktu dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.28
Kepuasan Responden Mengenai Kesigapan Karyawan Dalam Memberikan Kepastian Informasi Bahwa Pada Saat Pelanggan Harian Tribun Pontianak Di Hari Pertama Akan Tepat Waktu

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	57	57
Puas	36	36
Cukup Puas	7	7
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.28 dapat dilihat sebagian besar responden atau 57% menyatakan sangat puas dengan kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan Harian Tribun Pontianak di hari pertama akan tepat waktu.

7. Kepuasan Responden Mengenai Reputasi Dan Perusahaan Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai reputasi dan perusahaan Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.29
Kepuasan Responden Mengenai Reputasi Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	58	58
Puas	34	34
Cukup Puas	8	8
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.29 dapat dilihat sebagian besar responden atau 58% menyatakan sangat puas dengan reputasi Harian Tribun Pontianak.

8. Kepuasan Responden Mengenai Keramahan Petugas Agen Pada Pelanggan Ketika Melakukan Penagihan

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai keramahan petugas agen pada pelanggan ketika melakukan penagihan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.30
Kepuasan Responden Mengenai Keramahan Petugas Agen Pada Pelanggan Ketika Melakukan Penagihan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	52	52
Puas	26	26
Cukup Puas	22	22
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.30 dapat dilihat sebagian besar responden atau 52% menyatakan sangat puas dengan keramahan petugas agen pada pelanggan ketika melakukan penagihan.

9. Kepuasan Responden Mengenai Perhatian Terhadap Keluhan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai perhatian terhadap keluhan pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.31
Kepuasan Responden Mengenai Perhatian Terhadap
Keluhan Pelanggan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	68	68
Puas	29	29
Cukup Puas	3	3
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.31 dapat dilihat sebagian besar responden atau 68% menyatakan sangat puas dengan perhatian terhadap keluhan pelanggan.

10. Kepuasan Responden Mengenai Ketersediaan Nomor Telepon Untuk Mempermudah Dalam Menyampaikan Keluhan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai ketersediaan nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.32
Kepuasan Responden Mengenai Ketersediaan Nomor Telepon Untuk
Mempermudah Dalam Menyampaikan Keluhan Pelanggan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	62	62
Puas	38	38
Cukup Puas	0	0
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.32 dapat dilihat sebagian besar responden atau 62% menyatakan sangat puas dengan ketersediaan nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan.

11. Kepuasan Responden Mengenai Kemudahan Menghubungi Agen dan Kantor Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.33
**Kepuasan Responden Mengenai Kemudahan Menghubungi Agen dan Kantor
Tribun Pontianak**

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	63	63
Puas	25	25
Cukup Puas	12	12
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.33 dapat dilihat sebagian besar responden atau 63% menyatakan sangat puas dengan kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak.

12. Kepuasan Responden Mengenai Mutu Berita Dan Isi Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.34
**Kepuasan Responden Mengenai Mutu Berita Dan Isi Surat Kabar Harian
Tribun Pontianak**

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	29	29
Puas	65	65
Cukup Puas	6	6
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.34 dapat dilihat sebagian besar responden atau 65% menyatakan puas dengan mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak.

13. Kepuasan Responden Mengenai Lay Out/ Penataan Halaman Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai lay out/ penataan halaman dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.35
Kepuasan Responden Mengenai Lay Out/ Penataan Halaman Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	67	67
Puas	33	33
Cukup Puas	0	0
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.35 dapat dilihat sebagian besar responden atau 67% menyatakan sangat puas dengan Lay Out/ penataan halaman dalam Harian Tribun Pontianak.

14. Kepuasan Responden Mengenai Kualitas Foto/ Gambar Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai kualitas foto/ gambar dalam Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.36
Kepuasan Responden Mengenai Kualitas Foto/ Gambar Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	41	41
Puas	59	59
Cukup Puas	0	0
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.36 dapat dilihat sebagian besar responden atau 59% menyatakan puas dengan kualitas foto/ gambar dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak.

15. Kepuasan Responden Mengenai Bahasa Yang Digunakan Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak Apakah Mudah Di Mengerti Oleh Pembaca

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai bahasa yang digunakan dalam Harian Tribun Pontianak apakah mudah dimengerti oleh pembaca dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.37
Kepuasan Responden Mengenai Bahasa Yang Di Gunakan Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak Apakah Mudah Dimengerti Oleh Pembaca

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	69	69
Puas	31	31
Cukup Puas	0	0
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.37 dapat dilihat sebagian besar responden atau 69% menyatakan sangat puas dengan bahasa yang digunakan dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak apakah mudah dimengerti oleh pembaca.

16. Kepuasan Responden Mengenai Halaman Iklan Yang Dimuat Dalam Surat Kabar Harian Tribun Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan responden mengenai halaman iklan yang dimuat dalam Harian Tribun Pontianak dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.38
Kepuasan Responden Mengenai Halaman Iklan Yang Dimuat Dalam Surat Kabar
Harian Tribun Pontianak

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Puas	55	55
Puas	45	45
Cukup Puas	0	0
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 4.38 dapat dilihat sebagian besar responden atau 55% menyatakan sangat puas dengan halaman iklan yang dimuat dalam Harian Tribun Pontianak.

5.5. Analisis Nilai Kepuasan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Supaya lebih mudah menganalisis, maka peneliti membuat penilaian terhadap kualitas pelayanan. Berdasarkan tabel-tabel di atas disajikan dalam bentuk tabel secara keseluruhan. Dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.39
Analisis Nilai Kepuasan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

I

NO	Variabel <i>Reliability</i> (Keandalan) Item Pertanyaan	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepuasan						
		5	4	3	2	1		
1	Harian Tribun Pontianak mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi	53	37	10	0	0	443	4,43
2	Kemudahan ketika akan memulai berlangganan Harian Tribun Pontianak	56	21	23	0	0	433	4,33
3	Ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak	57	30	13	0	0	444	4,44
Jumlah							440	4,40

II

NO	Variabel <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepuasan						
	Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
1	Kesigapan karyawan atau petugas untuk menanyakan kepada pelanggan baru apakah koran yang diantarkan sesuai dengan waktu yang diinginkan	85	15	0	0	0	485	4,85
2	Kesigapan karyawan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan	69	31	0	0	0	469	4,69
Jumlah							477	4,77

III

NO	Variabel <i>Assurance</i> (Jaminan)	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepuasan						
	Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
1	Kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan mulai berlangganan Harian Tribun Pontianak di hari pertama akan tepat waktu	57	36	7	0	0	450	4,50
2	Reputasi dan perusahaan Harian Tribun Pontianak	58	34	8	0	0	450	4,50
3	Kerahan petugas agen pada pelanggan ketika melakukan penagihan	52	26	22	0	0	430	4,30
Jumlah							443,33	4,43

IV

NO	Variabel <i>Emphaty</i> (Kepedulian)	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepuasan						
	Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
1	Perhatian terhadap keluhan pelanggan	68	29	3	0	0	465	4,65
2	Ketersedian nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan	62	38	0	0	0	462	4,62
3	Kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak	63	25	12	0	0	451	4,51
Jumlah							459,33	4,593

V

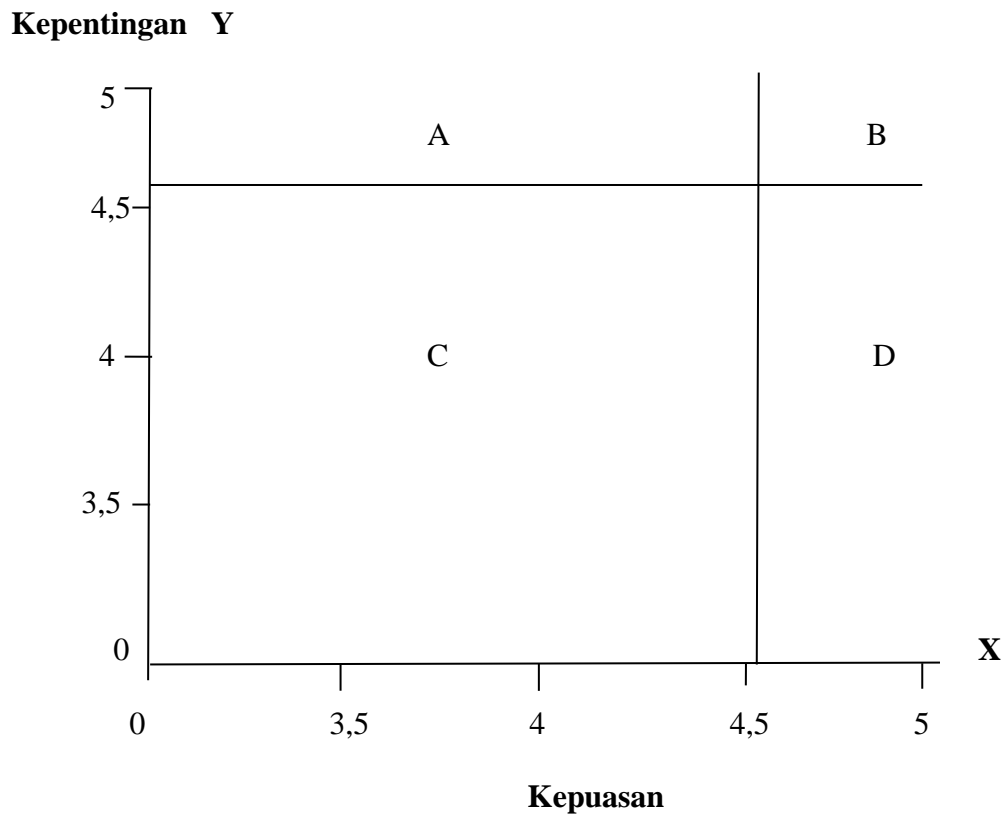
NO	Variabel <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Pendapat Responden					Jumlah	Rata-rata
		Kepuasan						
	Item Pertanyaan	5	4	3	2	1		
1	Mengenai mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak	29	65	6	0	0	423	4,23
2	Mengenai lay out/ penetapan halaman dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	67	33	0	0	0	467	4,67
3	Mengenai kualitas foto/gambar dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	41	59	0	0	0	441	4,41
4	Mengenai bahasa yang digunakan dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak apakah mudah dimengerti oleh pembaca	69	31	0	0	0	469	4,69
5	Mengenai halam iklan yang dimuat dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	55	45	0	0	0	455	4,55
Jumlah							451	4,51
X							460,9	4,609

Berdasarkan Tabel 4.39 tersebut di atas diketahui bahwa rata-rata tingkat kepuasan pengguna pelayanan PT. Kapuas Media Grafika $X = 4,609$ dan rata-rata tingkat kepentingannya adalah $Y = 4,546$ ini berarti bahwa rata-rata tingkat kepuasan pengguna pelayanan PT. Kapuas Media Grafika berada diatas tingkat kepentingan jadi secara keseluruhan responden puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kapuas Media Grafika.

5.6. Diagram Kartesius

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:

Gambar 4.40
Diagram Kartesius
Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan Jasa
Pada PT. Kapuas Media Grafika



Keterangan :

1. Kuadran A

Menunjukkan berisi atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika dengan tingkat kepentingan yang tinggi, namun memiliki tingkat kinerja/kepuasan yang rendah sehingga pelaksanaannya harus ditingkatkan oleh PT. Kapuas Media Grafika. Oleh karena itu, usaha-usaha perbaikan atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini harus dilakukan segera agar kepuasan konsumen meningkat. Adapun atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika yang termasuk dalam kuadran ini terdiri dari:

- a. Harian Tribun Pontianak mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi.
- b. Kemudahan ketika akan memulai berlangganan Harian Tribun Pontianak.
- c. Ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak.
- d. Kesigapan karyawan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan

2. Kuadran B

Menunjukkan berisi atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika dengan tingkat kepentingan yang tinggi dan diikuti juga dengan tingkat kinerja/kepuasan yang tinggi, sehingga perusahaan perlu mempertahankan kinerja dari atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini. Adapun atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika yang termasuk dalam kuadran ini terdiri dari:

- a. Perhatian terhadap keluhan pelanggan.
- b. Ketersediaan nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan.
- c. Kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak.
- d. Mengenai mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak.
- e. Mengenai Lay out atau penataan halaman dalam surat kabar harian Tribun Pontianak.
- f. Mengenai bahasa yang digunakan dalam surat kabar harian Tribun Pontianak apakah mudah di mengerti oleh pembaca.
- g. Mengenai halaman iklan yang dimuat dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak

3. Kuadran C

Menunjukkan berisi atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika yang dianggap kurang penting dan pelaksanaan atribut-atribut ini masih biasa-biasa saja dilakukan oleh restoran, sehingga pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan konsumen. Adapun atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika yang termasuk dalam kuadran ini terdiri dari:

- a. Ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak kepada pelanggan.
- b. Kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan mulai berlangganan Harian Tribun Pontianak dihari pertama akan tepat waktu.

4. Kuadran D

Menunjukkan berisi atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika yang dianggap kurang penting akan tetapi pelaksanaannya sangat memuaskan konsumen, sehingga dinilai berlebihan. Adapun atribut-atribut pelayanan PT. Kapuas Media Grafika yang termasuk dalam kuadran ini terdiri dari:

- a. Mengenai lay out atau penetapan halaman dalam harian Tribun Pontianak.
- b. Mengenai mutu berita dan isi Harian Tribun Pontianak.
- c. Mengenai halaman iklan yang dimuat dlam Harian Tribun Pontianak.

Setelah dilakukan analisis menggunakan diagram kartesius, dapat diketahui poin pada variabel mana saja yang sebaiknya dilakukan perbaikan dan peningkatan agar indikator kepuasan responden PT. Kapuas Media Grafika semakin meningkat.

5.7. Analisis Servqual

Kualitas pelayanan diukur dari fungsi dimensi diatas dengan menghitung variabel G yang menggambarkan selisi atau gap antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan.

$$G = P - E$$

Dimana:

P = Persepsi pelanggan terhadap pelayanan (*perception of delivered service*)

E = *Expectation of service*

Selisih yang terjadi pada tiap-tiap variabel kepuasan konsumen yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.41
GAP Antara Kepentingan dan Kepuasan Pada Tiap-Tiap Variabel

No	Variabel	Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan	Jumlah GAP
Reliability				
1	Harian Tribun Pontianak mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi	4,43	4,35	-0,08
2	Kemudahan ketika akan memulai berlangganan Harian Tribun Pontianak	4,33	4,25	-0,08
3	Ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak	4,44	4,80	0,36
Jumlah		4,4	4,46	0,02
Responsiveness				
1	Kesigapan karyawan atau petugas untuk menanyakan kepada pelanggan baru apakah koran yang diantarkan sesuai dengan waktu yang diinginkan	4,85	4,11	-0,74

2	Kesigapan karyawan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima pelanggan	4,69	4,68	-0,01
Jumlah		4,77	4,39	-0,73

Assurance

1	Kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan mulai berlangganan Harian Tribun Pontianak dihari pertama akan tepat waktu	4,50	4,72	0,22
2	Reputasi dan perusahaan Harian Tribun Pontianak	4,50	4,52	-0,31
3	Keramahan petugas agen pada pelanggan ketika melakukan penagihan	4,30	4,32	0,02
Jumlah		4,43	4,41	-0,07

Emphaty

1	Perhatian terhadap keluhan pelanggan	4,65	4,89	0,24
2	Ketersedian nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan	4,62	4,74	0,12
3	Kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak	4,51	4,51	0
Jumlah		4,59	4,71	0,12

Tangible

1	Mengenai mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak	4,23	4,88	0,65
2	Mengenai lay out/ penetapan halaman dalam surat kabar harian Tribun Pontianak	4,67	4,69	0,02
3	Mengenai kualitas foto/ gambar dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	4,41	4,57	0,16
4	Mengenai bahasa yang digunakan dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak apakah mudah dimengerti oleh pembaca	4,69	4,55	-0,14

5	Mengenai halaman iklan yang dimuat dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak	4,55	4,57	0,02
Jumlah		4,51	4,65	0,71
Total		4.54	4,524	0,05

Berdasarkan Tabel 4.41 diketahui bahwa selisih antara kepentingan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Kapuas Media Grafika adalah sebesar 16 variabel yang dianggap mampu melebihi nilai harapan konsumen atas kualitas PT. Kapuas Media Grafika. Dan terdapat 6 variabel yang dianggap belum dapat memenuhi nilai harapan responden atas kualitas jasa PT. Kapuas Media Grafika.

Berdasarkan analisis servqual diketahui bahwa selisih rata-rata nilai tingkat harapan konsumen dengan tingkat kepuasan adalah 0,05 dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa nilai harapan lebih besar dari nilai kepuasan yang dirasakan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak puas terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. Kapuas Media Grafika

Tabel 4.42
Analisis Nilai Kepuasan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Kepentingan	Kepuasan	Kuadran
1	4,35	4,43	C
2	4,25	4,33	C
3	4,80	4,44	A
4	4,11	4,85	D
5	4,68	4,69	B
6	4,72	4,50	B
7	4,52	4,50	D
8	4,32	4,30	C
9	4,89	4,65	B

10	4,74	4,62	B
11	4,51	4,51	B
12	4,88	4,23	A
13	4,69	4,67	B
14	4,57	4,41	A
15	4,55	4,69	B
16	4,57	4,55	B
Rata-rata	4,571	4,523	B

Analisis :

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 – faktor tersebut adalah:
 - e. Harian Tribun Pontianak mampu memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi.
 - f. Kemudahan ketika akan memulai berlangganan Harian Tribun Pontianak.
 - g. Ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak.
 - h. Kesigapan karyawan dalam melayani komplain apabila koran tidak diantar atau telat diterima 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.
 - h. Perhatian terhadap keluhan pelanggan.

- i. Ketersediaan nomor telepon untuk mempermudah dalam menyampaikan keluhan pelanggan.
 - j. Kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak.
 - k. Mengenai mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak.
 - l. Mengenai Lay out atau penataan halaman dalam surat kabar harian Tribun Pontianak.
 - m. Mengenai bahasa yang digunakan dalam surat kabar harian Tribun Pontianak apakah mudah di mengerti oleh pembaca.
 - n. Mengenai halaman iklan yang dimuat dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak
3. Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan. Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja tapi dianggap kurang memuaskan.
- c. Ketepatan pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak kepada pelanggan.
 - d. Kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan mulai berlangganan Harian Tribun Pontianak dihari pertama akan tepat waktu.
4. Kuadran D menunjukkan faktor yang kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tapi sangat memuaskan.
- d. Mengenai lay out atau penetapan halaman dalam harian Tribun Pontianak.
 - e. Mengenai mutu berita dan isi Harian Tribun Pontianak.
 - f. Mengenai halaman iklan yang dimuat dlam Harian Tribun Pontianak.

Tabel 4.43
Kepentingan dan Kepuasan pada tiap-tiap Variabel

No	Variabel	Nilai Kepuasan	Nilai Kepentingan	Kuadran
1	<i>Reliability</i>	4,40	4,46	C
2	<i>Responsiveness</i>	4,77	4,39	D
3	<i>Assurance</i>	4,43	4,52	A
4	<i>Emphaty</i>	4,593	4,71	B
5	<i>Tangible</i>	4,51	4,652	B
Jumlah		4,540	4,524	

Berdasarkan hasil analisis menggunakan diagram kartesius yang disajikan pada tabel 4.43 diketahui bahwa variabel *Responsiveness* dan *Assurance* berada pada B yang merupakan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Unsur ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan, namun PT. Kapuas Media Grafika belum mampu melaksanakannya dengan baik.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis diagram kartesius yang telah penulis lakukan pada Harian Tribun Pontianak (PT. Kapuas Media Grafika) indikator kepuasan konsumen di Bab IV dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sebagian besar responden yang menggunakan jasa tersebut adalah yang berumur 25 sampai dengan 30 tahun, berjenis kelamin pria, pekerjaannya adalah pegawai negeri sipil, dan pendidikan sarjana.
2. Tingkat kepuasan konsumen diperoleh rata-rata $X = 4,609$ dan rata-rata tingkat kepentingannya adalah $Y = 4,546$ ini iberarti bahwa rata-rata tingkat kepuasan pengguna pelayanan PT. Kapuas Media Grafika berada diatas tingkat kepentingan jadi secara keseluruhan responden puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kapuas Media Grafika.
3. Faktor-faktor yang harus dipertahankan pelaksanaannya, karena sesuai dengan harapan konsumen seperti perhatian terhadap keluhan pelanggan, ketersediaan nomor telepon untuk mempermudah dalam menyapaikan keluhan pelanggan, kemudahan menghubungi agen dan kantor Tribun Pontianak, mengenai mutu berita dan isi surat kabar Harian Tribun Pontianak, mengenai Lay out atau penataan halaman dalam surat kabar harian Tribun Pontianak, mengenai bahasa yang digunakan dalam surat kabar harian Tribun Pontianak apakah mudah di mengerti oleh pembaca, dan mengenai halaman iklan yang dimuat dalam surat kabar Harian Tribun Pontianak.
4. Faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh konsumen, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup baik oleh PT. Kapuas Media Grafika, faktor tersebut adalah ketepatan

pelayanan yang diberikan ketika agen mengantarkan Harian Tribun Pontianak kepada pelanggan dan kesigapan karyawan dalam memberikan kepastian informasi bahwa pada saat pelanggan mulai berlangganan Harian Tribun Pontianak dihari pertama akan tepat waktu.

5. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan PT. Kapuas Media Grafika, dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya adalah mengenai layout atau penetapan halaman dalam harian Tribun Pontianak, mengenai mutu berita dan isi Harian Tribun Pontianak dan Mengenai halaman iklan yang dimuat dalam Harian Tribun Pontianak.

6.2. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap PT. Kapuas Media Grafika di tahun yang akan datang. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Diharapkan Kepada PT. Kapuas Media Grafika hendaknya memperhatikan persyaratan Harian Tribun Pontianak untuk mempermudah persyaratan berlangganan Harian Tribun Pontianak agar meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Diharapkan kepada pihak PT. Kapuas Media Grafika dapat memperhatikan dan meningkatkan faktor yang dianggap sangat penting berdasarkan indikator kepuasan konsumen yang telah dipakai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA. 2002.
- Hariwijaya, M. Dan Djaelani, M. Bisri. 2004. *Teknik Menulis Thesis*
Hanggar kreator, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 1 dan 2,
Prenhalindo, Jakarta.
- Lovelock, Christoper H. dan Wright, Lauren K. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT.
INDEKS Kelompok Gramedia. 2005.
- Sugiono. 2003. *Statistik untuk penelitian*, penerbit. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta:
ANDI Yogyakarta. 2012.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
2005.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. Jakarta: PT. Indeks. 2005.
- Buchari, Alma. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Penerbit Alfabeta, Bandung,
2004.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset Yogyakarta.
- Kotler, Phlip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 1 dan 2, Prenhallindo,
Jakarta.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
Jakarta.

