

**PENTINGNYA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN  
PELANGGAN PADA USAHA SOMEL  
PT. EKA DWIKA PERKASA KALIBOBO KABUPATEN NABIRE**

Sisilia Gobai

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

Eduard Lodewyk Pesiwarissa

(Email : [pesiwarissaeduardlodewyk22@gmail.com](mailto:pesiwarissaeduardlodewyk22@gmail.com))

Letarius Tunjanan

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

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Satya Wiyata Mandala

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami hubungan antara variabel yaitu kualitas pelayanan pada variabel bebas dan kepuasan pelanggan pada variabel terikat. Dengan menggunakan metode deskriptif. objek penelitian berada di PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo Kabupaten Nabire Dengan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* berjumlah 70 orang.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo belum maksimal dikarenakan kurangnya system pelayanan dari pihak Soumel dalam hal ini karyawan dalam memberikan pelayanan dalam sikap dan penampilan kerja karyawan yang berpenampilan dengan pakaian seadanya dan tidak ada tenaga kerja yang khusus diberikan tanggung jawab dalam member pelayanan ketika konsumen datang sedangkan untuk kepuasan pelanggan dimana pelanggan lebih memperhatikan produk yang dihasilkan oleh pihak soumel dan juga penentuan harga yang diberikan sehingga ketika harganya terjangkau tentunya pelanggan akan memilih PT. PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo

**Keyword** : *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan*

## PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan bebas, setiap usaha menghadapi persaingan yang ketat. Salah satunya yaitu persaingan dalam usaha soumel. Oleh karena itu pemilik usaha soumel harus mampu memahami dan mampu melihat peluang pasar dengan membuka diri dan menawarkan jasanya atau hasil produksi kayunya kepada konsumen baik secara individu maupun organisasi. Hal ini yang dilakukan oleh PT. Eka Dwika Perkasa dengan mengutamakan kualitas pelayanan agar mampu memberi tingkat kepuasan kepada pelanggannya

PT. Eka Dwika Perkasa merupakan salah satu perusahaan kayu resmi yang mengelola kayu soumel untuk dapat di perjual belikan kepada konsumen di daerah Kabupaten Nabire, oleh karena itu PT. Eka Dwika Perkasa harus mampu berkompetisi dan bersaing dengan perusahaan kayu lain untuk dapat memperkenalkan hasil produksi dan menarik konsumen untuk dapat membeli kayu yang diolahnya

Untuk dapat mempertahankan konsumen tentunya pihak PT. Eka Dwika Perkasa ketika menjual produknya dimana jika terdapat rasa kurang puas terhadap hasil produksinya maka pihak PT. Eka Dwika Perkasa bersedia menerima kayu olahannya untuk dapat ditukar kembali.

Sistem pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Eka Dwika Perkasa kepada konsumennya yaitu menerima langsung pesanan konsumen sebagai pembeli untuk langsung datang ke perusahaannya untuk memilih kayu yang telah diolah dan mengantar kayu tersebut hingga sampai di rumah atau tempat pemesanan dari konsumen yang dibelinya

Untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen tentunya pihak PT. Eka Dwika Perkasa memberikan pelayanan dengan menunjukkan sikap dan penampilan yang sopan serta memberikan informasi yang jelas agar konsumen dapat merasakan puas terhadap untuk membeli kayu serta memperhatikan tingkat harga yang diberikan agar konsumen mampu untuk membeli kayu sesuai dengan jumlah yang diinginkan. Oleh karena itu masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu :

1. Sejauhmana kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo Kabupaten Nabire.
2. Kendala – kendala apa saja yang dihadapi dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo Kabupaten Nabire
3. Upaya – upaya apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo Kabupaten Nabire

## LANDASAN TEORI

### A. Kualitas Pelayanan

Berbeda dengan produk, penilaian konsumen terhadap kualitas jasa / pelayanan terjadi selama proses penyampaian jasa tersebut. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 2001 : 73)

Menurut Parasuraman, dkk dalam Sabihaini (2003: 31) kualitas pelayanan mempunyai 5 dimensi, antara lain:

a. Reliability (keandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan memberikan layanan yang cepat, tepat dan konsisten, serta sesuai yang di janjikan, dengan prosedur administrasi yang tidak berbelit-belit.

b. Responsive (daya tanggap)

Responsiveness adalah petugas selalu siap dan tanggap dalam mengatasi keluhan pengunjung, dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung dengan lengkap, jelas, dan mudah dimengerti. Petugas juga bisa menjaga kerahasiaan pengunjung, bersikap sopan dan ramah.

c. Assurance (jaminan)

Assurance adalah petugas memiliki kemampuan dan pengetahuan, memiliki sikap sopan dan santun serta ramah dan penuh perhatian, memiliki sikap jujur dan dapat dipercaya, serta memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan.

d. Empathy (empati)

Meliputi kemudahan akses yang memudahkan konsumen melakukan hubungan komunikasi yang baik antara produsen dengan konsumen.

e. Tangibles (bukti langsung)

Tangibles adalah hal-hal yang menyangkut penampilan fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang memadai

Menurut Parasuraman dkk, kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan, Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009 : 111), mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) Bukti Langsung (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan

layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas restoran, desain restoran, dan kerapian penampilan karyawan.

- 2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa restoran, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat.
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah restoran, bisa dilihat dari kemampuan karyawan yang cepat memberikam pelayanan kepada konsumen dan cepat menangani keluhan mereka.
- 4) Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, sopan santu, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa restoran kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin.
- 5) Kepedulian/ Empati (*Empathy*), yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen.

## **B. Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2001: 1) menyatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen merupakan purnabeli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya memberi hasil

Menurut Valerie (Kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal ) itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Hal itu merupakan suatu kepuasan yang didapatkan kosumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan

Menurut Kottler dan Keller (2008 : 139) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekspektasi mereka dari pengalaman sebelumnya, seperti mempertanyakan kepada rekan atau teman yang sudah membeli atau menggunakan produk yang sudah ditawarkan, serta informasi penawaran dari perusahaan tersebut. Apabila perusahaan berekspektasi terlalu tinggi, maka konsumen akan kecewa. Dan sebaliknya apabila

ekspektasi yang ditawarkan oleh perusahaan terlalu rendah, maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan

Menurut Philip Kotler (2008) ada beberapa kriteria untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Kesetiaan

Kesetiaan seseorang terhadap suatu layanan adalah refleksi dari hasil pelayanan yang memuaskan. Ukuran kepuasan dapat diukur kesetiannya untuk selalu menggunakan produk/jasa tersebut.

b. Keluhan (*komplain*)

Keluhan merupakan suatu keadaan dimana seseorang pelanggan merasa tidak puas dengan keadaan yang diterima dari hasil sebuah produk atau jasa tertentu sehingga dapat menimbulkan larinya pelanggan ke tempat lain apabila keluhan ini tidak ditangani dengan segera.

c. Partisipasi

Pada dasarnya dapat diukur dari kesadarannya dalam memikul kewajiban menjalankan haknya sebagai pelanggan yang dimiliki dengan rasa tanggung jawab.

Menurut Kotler dan Keller (2007 : 177) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”.

Menurut Tjiptono (2012 : 301) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Sedangkan menurut jurnal

Menurut Bachtiar (2011), kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk / jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk.

## METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif menurut Sugiono (2010 : 11) yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain.

### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Usaha Somel PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo Kabupaten Nabire

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari variabel yang menyangkut masalah yang diteliti (Nursalam. 2003), oleh karena itu populasi dalam penelitian ini yaitu (pemilik 1), (karyawan 67), dan (pelanggan 32). keseluruhan pada usaha somel PT. Eka Dwika Perkasa Kalibobo Kabupaten Nabire berjumlah 100 orang.

### 2. Sampel

Tampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. (Riduwan, 2007: 56)

Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel Aksidental yang mana sampel aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

## D. Teknik Analisis Data

Yang menjadi teknis analisis digunakan 2 (dua) teknik analisis data bersumber dari dua metode penelitian yakni Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dimana menurut Sugiyono (2012) yaitu :

1. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.
2. Penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

## PEMBAHASAN

### A. Kualitas Pelayanan

#### 1. Sikap

Tabel 1

Jawaban responden tentang selalu Terampil dalam manangani

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Selalu	32	46
2.	Kadang-kadang	21	30
3.	Tidak Pernah	17	24
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada tabel 1 jawaban responden tentang terampil dalam menagani, dimana dari 70 responden, yang menjawab Selalu sebanyak 32 atau 46%, yang menjawab Kadang-kadang sebanyak 21 atau 30%, dan yang menjawab Tidak Pernah sebanyak 17 atau 24%, hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang bekerja di PT. Eka Dwika Perkasa, memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dan mampu menagani serta memberikan informasi yang dibutuhkan meskipun masih ada karyawan yang hanya focus dalam bekerja tetapi jika dibutuhkan informasi maka karyawan akan memberikan penjelasan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki

Tabel 2  
Jawaban responden tentang Selalu ramah dan sopan pada pelanggan

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Selalu	46	66
2.	Kadang- kadang	14	20
3.	Tidak Pernah	10	14
Jumlah		70	100

*Sumber data : hasil olah data primer, 2019*

Pada tabel 2 pendapat responden tentang ramah dan sopan pada pelanggan dimana dari 70 responden, yang menjawab Selalu sebanyak 46 atau 66%, yang menjawab Kadang- kadang sebanyak 14 atau 20%, dan yang menjawab Tidak Pernah sebanyak 10 atau 14%, hal ini berarti bahwa sikap yang ramah dan sopan selalu ditunjukkan kepada konsumen dengan maksud bahwa ketika konsumen akan berkunjung tentunya memberikan tingkat kepuasan terutama dalam pelayanan yang diperolehnya di PT. Eka Dwika Perkasa

## 2. Penampilan

Tabel 3  
Jawaban responden tentang mampu berpenampilan baik dan rapi

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Mampu	45	64
2.	Kurang mampu	16	23
3.	Tidak mampu	9	13
Jumlah		70	100

*Sumber data : hasil olah data primer, 2019*

Pada tabel 3 pendapat responden tentang berpenampilan baik dan rapi dimana dari 70 responden, yang menjawab Mampu sebanyak 45 atau 65%, yang menjawab Kurang Mampu sebanyak 16 atau 23%, dan yang menjawab Tidak Mampu sebanyak 9 atau 13%, hal ini membuktikan bahwa agar dapat memberikan rasa nyaman dan juga kondisi ketika konsumen berdialog untuk menanyakan kebutuhan yang diinginkan maka karyawan memiliki penampilan yang rapi dan sopan meskipun terkadang ada juga yang menggunakan pakaian kerja tetapi karyawan sopan dalam melayani

Tabel 4

Jawaban responden tentang hasil somel dan produk ditata dengan baik

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Ditata	66	94
2.	Kurang Ditata	4	6
3.	Tidak Ditata	-	-
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada tabel 4 pendapat responden tentang hasil somel ditata dengan baik dimana dari 70 responden, yang menjawab Ditata sebanyak 66 atau 94%, yang menjawab Kurang Ditata sebanyak 4 atau 6%, dan yang menjawab Tidak Ditata tidak ada jawaban, hal ini menunjukkan bahwa kondisi tempat kerja tentunya ditata rapi sesuai dengan ukuran dan jenis kayu, ini dilakukan agar mempermudah ketika kayu yang dibutuhkan diambil sesuai dengan permintaan konsumen dan ketika konsumen datang maka karyawan dapat menunjukkan kayu yang dibutuhkan, agar konsumen secara langsung dapat melihat sesuai dengan permintaan yang diinginkan

### 3. Tanggung jawab

Tabel 5

Jawaban responden tentang mampu memberikan pelayanan professional kepada Pelanggan

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Mampu	37	53
2.	Kurang Mampu	23	33
3.	Tidak Mampu	10	14
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada data ditabel 5 responden tentang pelayanan professional kepada pelanggan, dimana dari 70 responden, yang menjawab Mampu sebanyak 37 atau 53%, yang menjawab Kurang Mampu sebanyak 23 atau 33%, dan yang menjawab Tidak Mampu sebanyak 10 atau 14%, hal ini menunjukkan bahwa pihak PT. Eka Dwika Perkasa dalam memberikan pelayanan telah dilakukan secara maksimal sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku, ini dapat dibuktikan dimana karyawan memiliki kemampuan dalam memberikan penjelasan dan sabar dalam memberikan penjelasan ketika konsumen membutuhkannya

Tabel 6  
Jawaban responden tentang sesuai dengan waktu yang dijanjikan

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sesuai	58	83
2.	Kurang sesuai	10	14
3.	Tidak sesuai	2	3
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada data ditabel 6 responden tentang sesuai dengan waktu yang dijanjikan dimana dari 70 responden, yang menjawab Sesuai sebanyak 58 atau 83%, yang menjawab Kurang sesuai sebanyak 10 atau 14%, dan yang menjawab Tidak sesuai sebanyak 2 atau 3%, hal ini menunjukkan bahwa nilai kepercayaan yang ditunjukkan oleh pihak PT. Eka Dwika Perkasa memberikan rasa tanggung jawab kepada konsumen karena pihak perusahaan melakukan kepuasan kepada konsumen dengan menepati janji yang diminta oleh konsumen sesuai dengan keperluan yang dibutuhkan konsumen

## B. Kepuasan Pelanggan

### 1. Produk

Tabel 7  
Jawaban responden tentang puas terhadap hasil produksi yang dihasilkan

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Puas	68	98
2.	Kurang Puas	1	1
3.	Tidak Puas	1	1
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada data ditabel 7 pendapat responden tentang puas terhadap hasil produksi dimana dari 70 responden, yang menjawab Puas sebanyak 68 atau 98%, yang menjawab Kurang Puas sebanyak 1 atau 1%, dan yang menjawab Tidak Puas sebanyak 1 atau 1%, hal ini menunjukan bahwa produk yang dihasilkan oleh PT. Eka Dwika Perkasa dinilai oleh konsumen sudah sesuai dengan permintaan yang diinginkan dan ini berarti konsumen memiliki rasa puas terhadap hasil kayu yang diinginkan mampu dipenuhi sesuai dengan permintaan konsumen

Tabel 8

Jawaban responden hasil produk sesuai harapan dan keinginan pelanggan

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sesuai	65	93
2.	Kurang Sesuai	4	6
3.	Tidak Sesuai	1	1
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada tabel 8 pendapat responden tentang hasil produk sesuai harapan dan keinginan pelanggan, dimana dari 70 responden, yang menjawab Sesuai sebanyak 65 atau 93%, yang menjawab Kurang Sesuai sebanyak 4 atau 6%, dan yang menjawab Tidak Sesuai sebanyak 1 atau 1%, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan yang dimiliki PT. Eka Dwika Perkasa tentunya akan memberikan kepuasan kepada konsumennya, oleh karena itu pihak usaha harus mampu mengolah kayu dan melakukan olahannya sesuai dengan permintaan selain itu hasil produksi yang dihasilnya dimana hasil produk sesuai harapan dan keinginan pelanggan

## 2. Harga

Tabel 9

Jawaban responden tentang harga sesuai dengan kualitas produk

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sesuai	25	36
2.	Kurang Sesuai	35	50
3.	Tidak Sesuai	10	14
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada data tabel 9 pendapat responden tentang harga sesuai dengan kualitas produk, dimana dari 70 responden, yang menjawab Sesuai sebanyak 25 atau 36%, yang menjawab Kurang Sesuai sebanyak 35 atau 50%, dan yang menjawab Tidak Sesuai sebanyak 10 atau 14%, hal ini menunjukkan bahwa dalam memberikan harga PT. Eka Dwika Perkasa memiliki standar harga yang telah ditetapkan sesuai dengan kayu dan ukuran yang telah menjadi standar penjualan sehingga konsumen akan lebih mudah mengetahui kayu apa yang akan dibeli dan berapa harga kayu tersebut, namun terkadang ketika membeli dalam jumlah banyak terdapat kayu yang kurang baik sehingga terjadi komplain dari konsumen

Tabel 10  
Jawaban responden tentang harga Selalu memenuhi harapan pelanggan

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Selalu	49	70
2.	Kadang-kadang	12	17
3.	Tidak Pernah	9	13
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada tabel pendapat responden tentang harga memenuhi harapan pelanggan, dimana dari 70 responden, yang menjawab Selalu sebanyak 49 atau 70%, yang menjawab Kadang – kadang sebanyak 12 atau 17%, dan yang menjawab Tidak Pernah sebanyak 9 atau 13%, hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen datang hendak membeli kayu, konsumen puas terhadap harga yang diberikan karena sebelum membeli konsumen diberitahukan harga – harga dari kayu yang dijual, oleh karena itu tentunya ketika akan membeli tentunya konsumen mengetahui harga dan jumlah kayu yang dapat dibelinya

### 3. Kualitas

Tabel 11  
Jawaban responden tentang hasil produksi sesuai dengan harapan pelanggan

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sesuai	63	90
2.	Kurang Sesuai	5	7
3.	Tidak Sesuai	2	3
Jumlah		70	100

Sumber data : hasil olah data primer, 2019

Pada data ditabel 11 pendapat responden tentang hasil produksi sesuai dengan harapan pelanggan, dimana dari 70 responden, yang menjawab Sesuai sebanyak 63 atau 90%, yang menjawab Kurang Sesuai sebanyak 5 atau 7%, dan yang menjawab Tidak Sesuai sebanyak 2 atau 3%, hal ini menunjukkan bahwa PT. Eka Dwika Perkasa tentunya mengutamakan konsumen yang akan membeli kayu, oleh karena itu PT. Eka Dwika Perkasa akan memberikan kualitas kayu yang terbaik yang dijual terutama ketika ada pemesanan dari pelanggan dengan jenis dan ukuran kayu yang diinginkan, maka pihak PT. Eka Dwika Perkasa menyiapkan selain itu juga hasil produksi yang diolah hasil yang baik yang dijual, ini dilakukan agar memberikan kepuasan terhadap konsumen maupun pelanggan yang akan membelinya

Tabel 12

Jawaban responden tentang selalu memiliki kualitas yang baik dan menarik

No	Kategori jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Selalu	24	34
2.	Kadang-kadang	42	60
3.	Tidak Pernah	4	6
Jumlah		70	100

*Sumber data : hasil olah data primer, 2019*

Pada tabel 12 pendapat responden tentang memiliki kualitas yang baik dan menarik, dimana dari 70 responden, yang menjawab Selalu sebanyak 24 atau 34%, yang menjawab Kadang-kadang sebanyak 42 atau 60%, dan yang menjawab Tidak Pernah sebanyak 4 atau 6%, hal ini menunjukkan bahwa hasil olahan yang dijual oleh pihak PT. Eka Dwika Perkasa memiliki kualitas yang baik tetapi terkadang ada kayu yang kondisinya kurang baik dikarenakan waktu pengaturan dalam tumpukan belum dipisahkan dan ikut tergabung maka ketika terdapat kayu yang kurang baik yang dibeli oleh pembeli maka kayu dapat ditukar sesuai dengan pilihan dari konsumen

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Dalam melayani konsumen, maka pihak PT. Eka Dwika Perkasa memberikan sikap pelayanan yang baik, agar memberikan kepuasan dan menginginkan agar konsumen dapat kembali ke PT. Eka Dwika Perkasa untuk membeli hasil produksi
2. Pihak PT. Eka Dwika Perkasa berpenampilan yang sopan ketika melayani, meskipun pakaian yang digunakan adalah pakaian kerja tetapi karyawan

memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen dapat memahami kayu yang diinginkan

3. Tanggung jawab yang dilakukan pihak PT. Eka Dwika Perkasa dalam memberikan kepuasan kepada konsumennya yaitu memberikan hasil produksi yang baik akan tetapi jika ada kayu yang kurang baik tentunya pihak PT. Eka Dwika Perkasa akan menukar atau mengembalikan ke PT. Eka Dwika Perkasa
4. Produk yang diolah sudah sesuai dengan jenis dan ukurannya dimana kayu yang dijual dapat dipesan sesuai dengan keinginan konsumen atau pembeli
5. Harga yang diberikan oleh pihak PT. Eka Dwika Perkasa sudah sesuai dengan standar penjualan sehingga ketika konsumen datang untuk mencari informasi atau membeli sudah dapat mengetahui harganya
6. Kualitas hasil kayu yang dijual kepada konsumen tentunya sesuai dengan keinginan konsumen karena dapat membuat konsumen puas dengan kayu yang dicarinya

## **B. Saran**

1. Perlu menambah karyawan terutama karyawan yang melayani konsumen untuk dapat menjelaskan jenis dan harga kayu yang diinginkan
2. Memberikan evaluasi kepada karyawannya terutama dalam melayani konsumen untuk dapat loyal dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen
3. Memberikan tanggung jawab kepada setiap karyawan sesuai dengan tugas kerjanya yang diberikan
4. Perlu melakukan sortir terhadap kayu yang diolah agar tidak memberikan kayu yang kurang bagus dalam rak penjualan kayu
5. Perlu membuat daftar harga secara transparan agar mempermudah konsumen melihat harga – harga kayu yang dijual
6. Perlu menjaga kualitas kayu yang dijual agar pembeli dapat kembali ke tempat usaha dan memilih sebagai tempat untuk membeli kayu selanjutnya

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bachtiar, *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo*. *Dinamika Sosial Ekonomi* Vol 7 No. 1, 2011
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas Jilid 1, Indeks Tjiptono, Jakarta, 2012
- Nursalam, *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*, Salemba Medika, Jakarta, 2003

- Philip Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (13 ed.), Erlangga, Jakarta, 2008
- Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Alfabeta, Bandung, 2007
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2012
- Zeithaml V.A., Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler, *Service Marketing* (4 ed.), McGraw – Hill, America New York 10020, 2006
- Zeithaml, V.A., Bitner, M. J. dan Gremler, D. D, *Service Marketing – integrating customer focus across the firm* (5th ed.), McGraw-Hill, New York, 2009