

**PENGARUH LAYANAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA DEPOT
AIR MINUM ISI ULANG**

ARTIKEL PENELITIAN

OLEH

**DIAN ERA LESTARI
NIM. F31109047**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2013**

**PENGARUH LAYANAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA DEPOT
AIR MINUM ISI ULANG**

ARTIKEL PENELITIAN

**DIAN ERA LESTARI
NIM. F31109047**

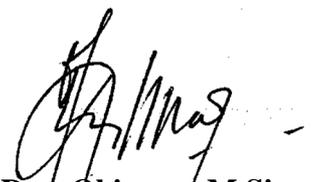
Disetujui,

Pembimbing I



Dr. Rustiyarso, M.Si
NIP.196008131198703 1 004

Pembimbing II



Dra. Okianna, M.Si
NIP.19621023199002 2 001

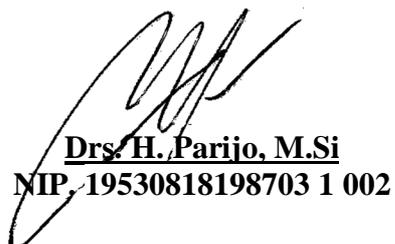
Mengetahui,

Dekan FKIP UNTAN



Dr. ASWANDI
NIP. 19580513 198603 1 002

Ketua Jurusan P. IPS



Drs. H. Parijo, M.Si
NIP. 19530818198703 1 002

PENGARUH LAYANAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG

Dian Era Lestari, Rustiyarso, Okianna
Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan
Email : Dianera@yahoo.com

Abstract: This purpose of the's paper is to know the effect of marketing service to consumer satisfaction in Drinking Water Depot Refill Extra Qua Pontianak. The form of this study is a quantitative design. The population of this study is 962 peoples and the number of sample is 42 persons, technique that used is purposive sampling technique. The techniques of direct communication technique, indirect data collecting that communication techniques and engineering documentation with data collecting used are tools such as guidelines interviews, questionnaires and documents. Based on the analysis of the data, it show that there was the effect of marketing services to consumer satisfaction in drinking water refill depot Extra Qua Pontianak, the magnitude of the effect was 56.5%.

Keywords: Marketing Services, Consumer Satisfaction, Water Depot.

Abstrak : Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak. Bentuk penelitian yang digunakan adalah bentuk kuantitatif. Jumlah populasi sebesar 962 orang dan jumlah sampel sebanyak 42 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi langsung, teknik komunikasi tidak langsung dan teknik dokumentasi dengan alat pengumpulan data berupa pedoman Wawancara, angket dan dokumen. Berdasarkan analisis data terdapat Pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua Pontianak, besarnya Pengaruh tersebut sebesar 56,5 %.

Kata Kunci : Layanan Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Depot Air Minum.

Dalam perekonomian masyarakat yang semakin berkembang banyak terjadi persaingan, khususnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk dapat melebihi keunggulan pesaingnya, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Perkembangan bisnis yang cepat menyebabkan persaingan semakin ketat, sehingga perusahaan-perusahaan dituntut untuk bersaing dalam memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen. Berkenaan dengan perusahaan yang sedang tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan harus dapat memperhatikan apa yang diinginkan konsumen. Hal ini dilakukan oleh perusahaan dengan harapan perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi layanan yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu, perusahaan juga sebaiknya dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama.

Dalam hubungannya dengan perkembangan ekonomi, khususnya saat ini di Daerah kota Pontianak, sebagai kota pendidikan, kota budaya, kota pariwisata dan kota perdagangan ternyata mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dari tahun ke tahun penduduk di kota ini semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkat pula kebutuhan konsumen dalam pengisian air minum isi ulang di depot karena air minum bersih merupakan kebutuhan pokok setiap individu. Peranan depot air minum isi ulang semakin besar saat ini, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah depot air minum isi ulang yang ada di mana-mana. Persaingan antar depot air minum isi ulang sangat meningkat saat ini. Pada Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak memiliki beberapa pesaing di lingkungan yang sama yaitu Depot Air Minum Hexa Water dan Depot Air Minum Starqua yang berjarak kurang lebih 300 meter dari Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak. Hal ini disebabkan karena adanya peningkatan penduduk yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan air minum isi ulang bagi konsumen.

Banyaknya depot dengan berbagai macam produk dan fasilitas yang sangat beraneka ragam guna menarik masyarakat supaya mau menjadi pelanggan dalam mengisi air minum isi ulang ke depot air minum mineral tersebut. Untuk menghadapi persaingan, maka keberadaan depot dan perkembangannya sangat dipengaruhi dalam segi pelayanan dan kepercayaan masyarakat agar memberikan kepuasan kepada konsumennya. Mengenai pelayanan, Fandy (2012:170) menjelaskan bahwa, "Dalam mewujudkan layanan yang prima tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat, karena upaya penyempurnaan kualitas layanan berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Di antara berbagai faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama adalah mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan, mengelola ekspektasi pelanggan, mengelola bukti kualitas layanan, mendidik konsumen tentang layanan, menumbuhkembangkan budaya kualitas, menciptakan *automating quality*, menindaklanjuti layanan, dan mengembangkan sistem informasi kualitas layanan".

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:298) "Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan

pembeli. Jika kinerja produk kurang dari yang diharapkan itu, pembelinya tidak puas”. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan, kemungkinan besar akan menjadi konsumen yang loyal, bahkan dapat dijadikan media promosi gratis. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas dapat mudah pindah ke depot lain. Konsumen yang loyal hanya bisa tercipta melalui kepuasan yang dirasakannya.

Demikian juga yang diharapkan Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua. Sumber Air pegunungan dari Anjungan diproses secara higienis, bersih, aman dan sehat dengan sistem filterisasi, sterisasi, ozonisasi dan ultraviolet dengan teknologi Canada/ USA SNI 220/445/LABKES/X/06. Setiap satu hari pihak depot memerlukan satu tangki untuk tiga hari tergantung perkiraan cuaca kemarau atau panas konsumen lebih memilih mengkonsumsi air minum mineral isi ulang jika cuaca hujan maka, konsumen lebih memilih menggunakan air hujan. Harga satu tangki Rp. 2.350.000,- isi air minum tersebut sebanyak 3000ml setiap satu tangki maka, diperoleh harga per galon yang di tetapkan oleh pihak depot, ada dua alternatif yaitu isi ulang langsung ke depot dengan harga Rp. 5.000,- dan sistem antar dengan harga Rp.6.000,-. Pihak depot selalu berusaha untuk memberikan harga yang standar kebutuhan konsumen. Pihak depot juga harus memperhatikan pelayanan agar konsumen merasa puas dalam pengisian air minum. Di antaranya memberikan pelayanan yang terbaik secara konsisten bagi konsumen.

Berikut ini data perkembangan jumlah penjualan air minum mineral isi ulang dan jumlah galon yang diisi pada tahun 2012 Depot Extra Qua.

TABEL 1. Perkembangan Jumlah Penjualan dan Jumlah Galon yang Diisi Pada Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak Tahun 2012

No	Bulan	Jumlah Penjualan	Perkembangan (%)	Jumlah Galon Yang Diisi
1	Januari	Rp. 9.413.000	-	1.712
2	Februari	Rp. 10.301.000	8,62	1.873
3	Maret	Rp. 16.088.000	35,97	2.925
4	April	Rp. 22.444.000	38,31	4.080
5	Mei	Rp. 19.669.500	-14,10	3.576
6	Juni	Rp. 20.171.000	2,48	3.667
7	Juli	Rp. 18.570.000	-8,62	3.376
8	Agustus	Rp. 17.012.000	-9,15	3.093
9	September	Rp. 18.038.500	5,70	3.280
10	Oktober	Rp. 16.443.500	-9,70	3.049
11	November	Rp. 16.726.500	1,69	3.041
12	Desember	Rp. 13.868.000	-20,61	2.521

Berikut ini data rencana target penjualan air minum isi ulang dan jumlah galon yang diisi pada Depot Extra Qua Tahun 2013.

TABEL 2. Rencana Target Penjualan Dan Jumlah Galon Yang Diisi Pada Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak Tahun 2013

No	Bulan	Volume Penjualan (Pesan)	Volume Penjualan (Antar)	Harga Yang Pesan/ Antar	Total Penjualan
1	Januari	721	570	5.000/6.000	Rp. 7.205.000
2	Februari	750	775	5.000/6.000	Rp. 8.250.000
3	Maret	902	733	5.000/6.000	Rp. 8.908.000
4	April	710	985	5.000/6.000	Rp. 9.460.000
5	Mei	884	895	5.000/6.000	Rp. 9.790.000
6	Juni	1.028	885	5.000/6.000	Rp. 10.450.000
7	Juli	1.020	1.250	5.000/6.000	Rp. 12.650.000
8	Agustus	1.306	1.295	5.000/6.000	Rp. 14.300.000
9	September	1.406	1.670	5.000/6.000	Rp. 17.050.000
10	Oktober	1.682	1.550	5.000/6.000	Rp. 17.710.00
11	November	1.742	1.665	5.000/6.000	Rp. 18.700.000
12	Desember	1.734	1.845	5.000/6.000	Rp. 19.470.000

Perkembangan penjualan yang dialami oleh Depot Air Minum Mineral Isi Ulang Extra Qua di Pontianak per bulan pada tahun 2012 yang tidak stabil. Hal ini dapat diinterpretasikan sebagai penurunan pelayanan yang diberikan pihak Depot Air Minum Mineral Isi Ulang Extra Qua kepada konsumen. Oleh karena itu, pihak depot merancang rencana target penjualan atau sales target untuk tahun 2013 ini. Selain itu, pihak depot juga harus memberikan pengarahan kepada karyawan agar memperhatikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen walaupun pada kenyataannya terdapat beberapa keluhan yang berhasil peneliti dapatkan dari hasil wawancara langsung kepada empat orang konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua sebagai sampel sementara di antaranya pihak Depot terkadang kurang cepat dalam pengisian air minum serta pesan layanan antar air minum isi ulang ke rumah konsumen terkadang juga tidak tepat waktu yang diharapkan. Dari keluhan-keluhan konsumen tersebut maka, diketahui terdapat masalah yang bisa mempengaruhi konsumen kepada pihak depot. Kurangnya kepuasan konsumen terhadap pihak depot menunjukkan kurang baiknya pelayanan begitu juga sebaliknya semakin puas konsumen menunjukkan pelayanan semakin baik. Dari uraian latar belakang dan didukung data tersebut di atas yang telah penulis kemukakan, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Layanan Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua di Pontianak”.

METODE

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif karena penulis ingin menggambarkan secara faktual serta obyektif mengenai pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua di Pontianak. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 962 konsumen dengan sampel penelitian 42 konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling*, yaitu sampel secara sengaja ditetapkan oleh peneliti.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik komunikasi langsung, komunikasi tidak langsung dan dokumentasi. Alat pengumpulan data berupa pedoman wawancara, angket dan dokumen. Angket penelitian ditujukan untuk konsumen depot air minum Extra Qua Pontianak agar diperoleh data penelitian berupa layanan pemasaran dan kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua Pontianak. Angket penelitian terdiri dari 15 pertanyaan untuk layanan pemasaran, 15 pertanyaan untuk kepuasan konsumen. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan jawaban dengan rentang skor 5 - 1.

Karena penelitian ini menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data, maka uji instrumen berupa uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan uji korelasi Products momen untuk mendapatkan nilai r . Kemudian hasil tersebut dikonsultasikan dengan nilai r_{tabel} , jika nilai $r > r_{tabel}$ maka item dikatakan valid. Dalam penelitian ini didapat seluruh nilai $r > 0,304$ (r_{tabel}) maka seluruh item angket dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpul data. Berdasarkan hasil uji reliabilitas untuk angket layanan pemasaran dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,859, untuk angket kepuasan konsumen dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,886.

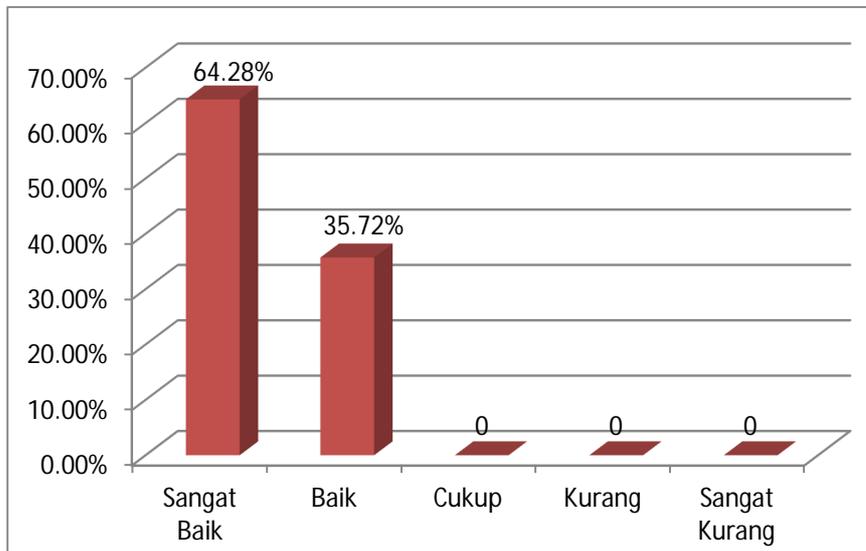
Setelah melakukan uji instrumen langkah selanjutnya melakukan uji prasyarat analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini melakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas data dan uji linieritas. Uji normalitas data dimaksudkan untuk mengetahui apakah data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi secara normal sedangkan uji linieritas untuk mengetahui apakah garis regresi X dan Y membentuk garis linier atau tidak. Selanjutnya setelah melakukan uji prasyarat analisis regresi sederhana dilakukan analisis regresi sederhana dengan tahap 1) menentukan persamaan regresi, 2) menentukan keberartian persamaan regresi, 3) menentukan koefisien korelasi dan 4) uji hipotesis dengan uji t.

HASIL

Analisis Deskriptif Persentase

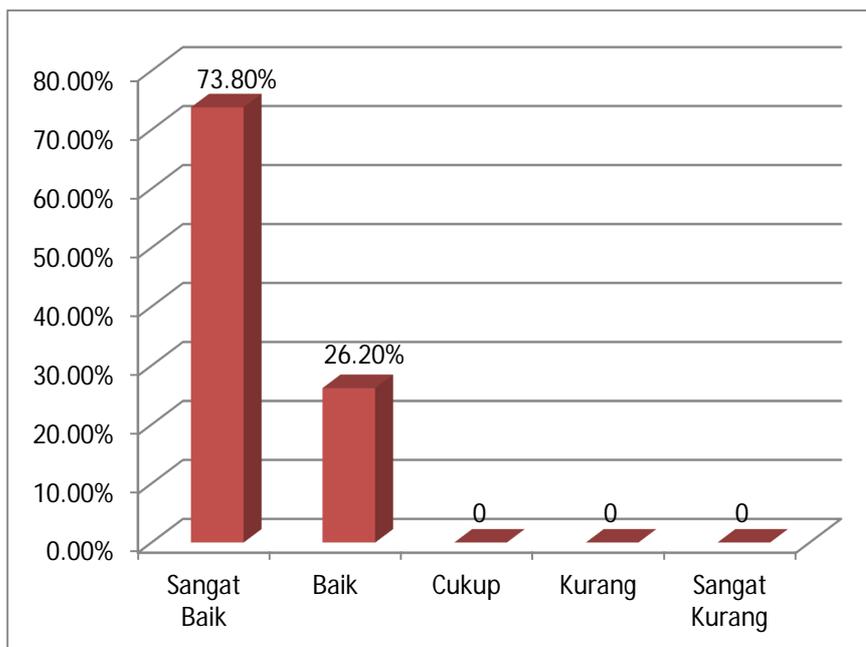
Berdasarkan analisis deskriptif Persentase mengenai gambaran layanan pemasaran pada depot air minum isi ulang Extra Qua di Pontianak berdasarkan jawaban angket dari masing-masing responden diperoleh hasil seperti yang disajikan pada grafik batang berikut ini :

Grafik 1. Distribusi Layanan Pemasaran



Pada grafik 1 tersebut menunjukkan bahwa kondisi layanan pemasaran berdasarkan jawaban angket yaitu 64,28% termasuk kategori sangat baik dan 35,72 % lainnya termasuk kategori baik. Berdasarkan analisis deskriptif Persentase mengenai gambaran kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua di Pontianak berdasarkan jawaban angket dari masing-masing responden diperoleh hasil seperti yang disajikan pada grafik batang berikut ini :

Grafik 2. Distribusi Kepuasan Konsumen



Pada grafik 2 tersebut menunjukkan bahwa kondisi kepuasan konsumen berdasarkan jawaban angket yaitu 73,80% termasuk kategori sangat baik dan 26,20 % lainnya termasuk kategori baik.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* yang didapat dari perhitungan komputasi SPSS *for Windows* versi 18. Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh nilai *Asymp Sig (2-tailed)* untuk variabel Layanan Pemasaran sebesar 0,124 dan nilai *Asymp Sig (2-tailed)* untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0,096. Selanjutnya nilai *Asymp Sig (2-tailed)* dibandingkan nilai $\alpha = 0,05$, jika *Asymp Sig (2-tailed)* $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi secara normal. Dapat dinyatakan semua nilai *Asymp Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa variabel Layanan Pemasaran dan Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini sudah berdistribusi secara normal.

Uji Linieritas

Uji linieritas garis regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berbentuk linier atau tidak. Jika data berbentuk linier, maka penggunaan analisis regresi linier pada pengujian hipotesis dapat dipertanggung jawabkan, akan tetapi jika tidak linier maka harus digunakan analisis regresi non linier. Uji linieritas regresi ini diperoleh dengan perhitungan komputasi SPSS *for Windows* versi 18. Didapatkan nilai F dari Deviation from Linearity sebesar 4,478 dan nilai Sig. (Signifikansi) sebesar 0,99. Kemudian nilai Fhitung tersebut dibandingkan dengan nilai Ftabel pada dk pembilang = 1 dan dk penyebut = 40 pada taraf signifikansi 5 % dengan nilai Ftabel nya sebesar 4,08. Dengan demikian bisa dikatakan Fhitung (4,478) $>$ Ftabel (4,08) yang berarti bahwa data variabel layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini berbentuk linier sehingga dapat digunakan analisis regresi sederhana.

Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana karena memiliki satu variabel bebas yaitu layanan pemasaran dan satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Adapun proses perhitungan analisis regresi sederhana ini menggunakan program perhitungan komputasi SPSS *for Windows* versi 18. Untuk menentukan persamaan regresi dalam penelitian ini menggunakan tabel output SPSS dengan judul Coefficients dengan melihat pada kolom Unstandardized Coefficients. Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh persamaan regresi yaitu $y = 15,428 + 0,770x$. Setelah mendapatkan persamaan regresi $Y = 15,428 + 0,770X$ maka dilakukan proses uji keberartian persamaan regresi untuk menentukan persamaan tersebut signifikan atau tidak. Hasil yang diperoleh berasal dari tabel output SPSS dengan judul ANOVA. Untuk menentukan keberartian persamaan regresi ini dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel. Diperoleh F_{hitung} sebesar 51,972 dengan nilai Sig (Signifikansi) sebesar 0,000. Selanjutnya F_{hitung} dengan nilai 51,972 dibandingkan dengan F_{tabel} dengan dk

penyebut $k - 1$ dan df pembilang $= N - k$. Maka nilai F_{tabel} dengan df penyebut $= 1$ ($2 - 1$) dan df pembilang $= 40$ ($42 - 2$) dengan taraf signifikansi 5% adalah sebesar 4,08. Maka dengan ini dapat dinyatakan bahwa berdasarkan hasil pengujian keberartian persamaan regresi $F_{\text{hitung}} (51,972) > F_{\text{tabel}} (4,08)$. Yang berarti bahwa persamaan regresi $Y = 15,428 + 0,770X$ dinyatakan berarti dan signifikan.

Dalam penelitian ini menentukan koefisien korelasi menggunakan hasil output SPSS dengan judul tabel *Model Summary*. Diperoleh koefisien korelasi yang dinyatakan dalam R yang didapat nilai $R = 0,752$, maka dapat dinyatakan bahwa koefisien korelasi dalam penelitian ini sebesar 0,752. Jika dibandingkan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, maka dalam penelitian ini nilai koefisien korelasi sebesar 0,752 memiliki tingkat hubungan antara variabel X terhadap Y dalam taraf kuat.

Sedangkan untuk menentukan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan Koefisien Determinasi. Didapatkan nilai R^2 (R Square) $= 0,565$, maka dapat dinyatakan bahwa Koefisien Determinasinya sebagai berikut : $KD = R^2 \times 100 \% = 0,565 \times 100\% = 56,5 \%$. Dengan demikian menunjukkan bahwa layanan pemasaran mempengaruhi kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua di Pontianak sebesar 56,5 % dan sisanya 43,5 % dari kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana didapatkan pernyataan bahwa adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen sebesar 56,5 %. Untuk itu masih perlu dilakukan pengujian hipotesis mengenai apakah H_0 di tolak dan H_a diterima atau H_0 diterima dan H_a ditolak. Dalam uji hipotesis ini menggunakan uji t, adapun hasil uji t yang diperoleh dari hasil output SPSS dengan tabel berjudul *Coefficients*. Diperoleh nilai thitung sebesar 7,209 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Nilai thitung ($7,209$) $> t_{\text{tabel}} (1,684)$ maka dapat dinyatakan bahwa uji hipotesisnya H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa layanan pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua Pontianak.

Pembahasan

Setiap perusahaan menghadapi persaingan yang sangat kompetitif. Oleh karena itu hanya perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif yang dapat bertahan atau eksis. Salah satu upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan mengembangkan pelayanan pemasaran yang baik. Melihat hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan analisis deskriptif persentase mengenai layanan pemasaran di Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak, bahwa layanan pemasaran depot air minum tersebut menurut konsumen sebanyak 64,28% menyatakan sudah sangat baik dan 35,72 % menyatakan baik. Sehingga dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa secara umum tingkat layanan pemasaran di Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak sudah baik.

Secara umum kepuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Untuk tingkat kepuasan konsumen di Depot Air Minum Isi

Ulang Extra Qua Pontianak berdasarkan analisis deskriptif persentase dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan jawaban angket sebesar 73,8 % menyatakan diri mereka sangat puas terhadap pelayanan pemasaran yang diberikan dan sebesar 26,20 % menyatakan puas terhadap pelayanan pemasaran yang diberikan oleh Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak. Berdasarkan hasil pengamatan juga yang dilakukan oleh peneliti bahwa konsumen tampak loyal terhadap Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak karena terlihat konsumen selalu melakukan isi ulang di depot air tersebut secara terus menerus yang menunjukkan bahwa konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Setelah mengetahui tingkat layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen di Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak yang sudah sangat baik, maka untuk menguji apakah terdapat pengaruh atau tidak layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen peneliti menggunakan uji hipotesis yang menggunakan uji t. Uji t ini dilakukan karena dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas yaitu layanan pemasaran dan satu variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Uji t ini peneliti menggunakan tabel output SPSS dengan judul tabel *Coefficient* dengan melihat nilai t_{hitung} yang diperoleh. Bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan hipotesis alternatif dalam penelitian ini diterima yang menandakan adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Tetapi bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat dikatakan hipotesis nol dalam penelitian ini diterima yang menandakan tidak adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh nilai t_{hitung} dalam penelitian ini sebesar 7,209 sedangkan nilai t_{tabel} untuk jumlah sampel sebesar 42 orang adalah 1,684. Maka dapat dinyatakan $t_{hitung} (7,209) > t_{tabel} (1,684)$ yang berarti dalam penelitian ini memiliki hasil yaitu adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen.

Mengenai adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen, diungkapkan juga oleh M. Hasan (2010:47) bahwa, "Upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah meningkatkan kualitas produk, memberikan harga yang terjangkau, memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan kemudahan kepada konsumen". Cahya Putra (2008:92) menambahkan bahwa, "Layanan pemasaran mempunyai peranan yang penting, dengan memberikan layanan pemasaran yang baik maka pengusaha dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat menjadi konsumen yang loyal". Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dan paparan para ahli yang telah disebutkan bahwa hasil dalam penelitian ini dinyatakan adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua di Pontianak.

Setelah mengetahui adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji t maka perlu diketahui berapa besar pengaruh tersebut. Untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut dalam penelitian ini peneliti melihat pada tabel output SPSS dengan judul tabel *Model Summary*. Diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,565 yang menunjukkan berarti dalam penelitian ini layanan pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 56,5 % sedangkan 43,5 % kepuasan konsumen dipengaruhi

oleh faktor lain di luar layanan pemasaran. Mengenai variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Zheithamal (dalam Fandy Tjiptono, 2003:53) mengungkapkan bahwa, “Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain, produk yang ditawarkan, emosi pelanggan, pelayanan yang diberikan, pemasaran yang dilakukan, harga, keluarga dan rekan kerja”. Berdasarkan paparan ahli tersebut, variabel-variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk yang ditawarkan, harga yang terjangkau, tingkat emosi pelanggan, keluarga dan rekan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat layanan pemasaran pada depot air minum isi ulang Extra Qua di Pontianak berdasarkan jawaban angket menunjukkan bahwa 64,28 % menyatakan termasuk dalam kategori sangat baik dan 35,72 % lainnya termasuk kategori baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua di Pontianak berdasarkan jawaban angket menunjukkan bahwa 73,80 % menyatakan termasuk dalam kategori sangat baik dan 26,20 % menyatakan termasuk dalam kategori baik.
3. Adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 7,209 dan nilai t_{tabel} 1,684, berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis nol yang menyatakan tidak adanya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen ditolak dan diterimanya hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua Pontianak.
4. Besarnya pengaruh layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Extra Qua sebesar 56,5 %.

Saran

Saran yang dapat diajukan oleh peneliti kepada Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan adalah sebagai berikut :

1. Melihat tingkat layanan pemasaran yang sudah dalam kategori sangat baik, disarankan pihak Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak dapat mempertahankan kinerja karyawan depot air minum, memberikan respon serta tanggapan yang cepat terhadap permasalahan pelanggan di depot air minum, memberikan keyakinan kepada konsumen mengenai kualitas produk air minum yang bagus serta harus mempertahankan sikap yang baik terhadap pelanggan.
2. Selain tingkat layanan pemasaran yang sudah dalam kategori yang baik, kepuasan konsumen juga sudah dalam kategori sangat baik. Dengan sudah sangat baiknya kepuasan konsumen tersebut hal terpenting yang harus

- diperhatikan oleh pihak Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak adalah dengan cara mempertahankan kepuasan konsumen dengan menjaga kesesuaian harapan konsumen akan mutu dan kualitas air minum, memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh layanan dan meningkatkan hubungan akrab dengan konsumen agar dapat lebih meningkatkan keuntungan depot air minum karena kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
3. Melihat adanya pengaruh dalam penelitian ini yaitu layanan pemasaran terhadap kepuasan konsumen yang menunjukkan betapa pentingnya sebuah layanan pemasaran. Untuk itu sebaiknya pihak Depot Air Minum Isi Ulang Extra Qua Pontianak lebih menjaga dan meningkatkan kualitas pemasaran yang sudah ada serta meningkatkan kualitas produk dengan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen sehingga akan menjaga nilai tambah bagi perusahaan.
 4. Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya peneliti sejenis menambahkan variabel dalam penelitian dengan tidak hanya melihat layanan pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena masih banyaknya yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain layanan pemasaran.

DAFTAR RUJUKAN

- Cahya Putra. (2008). *Pelayanan dalam Dunia Usaha*. Bandung : PT. Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono. (2003). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. (Edisi-3). Yogyakarta: Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2005). *Service, Quality dan Satisfaction*. (Edisi-1). Yogyakarta: Andi.
- Hermawan Kartajaya. (2009). *Service Operation*. Jakarta : Erlangga.
- Husein Umar. (2005). *Studi Kelayakan Bisnis*. (Edisi-3). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Husain Umar. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik Untuk Skripsi dan Tesis bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- J.Paul Peter dan Jerry C.Olson. (2000). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Jakarta:Erlangga.
- M. Hasan. (2010). *Layanan dan Kepuasan*. Yogyakarta : Caps.
- Sofjan Assauri. (2011). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.