PENGARUH *SERVICE MANAGEMENT* TERHADAP PRODUKTIVITAS PADA *STONE CRUSHER*

(Studi Kasus Cv. Berkah Restu Alam)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri

Nama : Agung Prasetyo

No. Mahasiswa : 16522023

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK INDUSTRI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

SURAT BUKTI PENELITIAN



CV. BERKAH RESTU ALAM

STONE MILL SUPPLIER

Jl. Desa Datar Dukuh Sendang RT.1 / RW.1 Mayong Jepara

No Hp. 085715954614 e-mail : managementbra@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kusmanto

Jabatan : Direktur Utama

Unit Kerja : CV. Berkah Restu Alam, Jepara

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Agung Prasetyo

NIM : 16522023

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia

Fakultas : Teknik Industri

Program Studi : Teknik Industri

Nama tersebut diatas benar-benar telah melaksanakan penelitian dan pengambilan kuisoner dengan judul :

"PENGARUH *SERVICE MANAGEMENT* TERHADAP PRODUKTIVITAS PADA *STONE CRUSHER*"

Demikian Surat Keterangan / Rekomendasi Penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jepara , 10/05/2023

Direktur Utama,

KUSMANTO

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya mengakui bahwa karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali pada setiap kutipan dan ringkasan yang setiap salah satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika kemudian hari terbukti pengakuan saya ini tidak benar adanya dan telah melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Juni 2023



Agung Prasetyo

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

PENGARUH *SERVICE MANAGEMENT* TERHADAP PRODUKTIVITAS PADA *STONE CRUSHER*

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Agung Prasetyo

No. Mahasiswa : 16522023

Yogyakarta, 13 Juni 2023

Dosen Pembimbing



(Amarria Dila Sari, S.T., M.Sc.)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

PENGARUH *SERVICE MANAGEMENT* TERHADAP PRODUKTIVITAS PADA *STONE CRUSHER*

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Agung Prasetyo

No. Mahasiswa : 16522023

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 13 Juni 2023

Tim Penguji

Amarria Dila Sari, S.T., M.Sc

Ketua .....

Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM

Anggota 1 .....

Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T

Anggota 2 .....

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia

Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk kedua orang tua, Papa dan Mama tercinta. Terimakasih atas semua nasihat, semangat serta dukungan berupa apapun serta do'a yang tidak pernah putus. Teruntuk Kakak dan Adek-adekku yang selalu memberikan dukungan, semangat serta canda tawa.

MOTTO

Man Jadda Wa Jadda"

Barang siapa yang bersungguh - sungguh akan mendapatkannya.

"Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik".

Artinya :Barang siapa yang keluar dalam menuntut ilmu maka ia adalah seperti berperang di jalan Allah hinggang pulang.
(H.R.Tirmidzi)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh *Service Management* Terhadap Produktivitas Pada *Stone Crusher*".

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Program Studi Strata-I Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berjasa memberikan motivasi, bantuan, dukungan dan bimbingan baik secara langsung maupun tidak langsung yaitu kepada:

1 Bapak Hari Purnomo, Prof., Dr., Ir, M.T. selaku dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2 Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3 Ibu Amarria Dila Sari, S.T., M.Sc. selaku pembimbing Laporan Tugas Akhir yang telah membimbing dan memberikan solusi & saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.
4 Kedua orang tua yang senantiasa selalu mendoakan dan memberikan motivasi serta dukungan berupa apapun kepada penulis selama ini.

Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat khususnya di dalam ilmu pengetahuan bagi banyak pihak. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, sehingga dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 17 April 2023

Agung Prasetyo

ABSTRAK

CV. Berkah Restu Alam mengalami rendahnya kelancaran proses produksi yang diduga dipengaruhi oleh rendahnya pelaksanaan pemeliharaan yang dilakukan oleh perusahaan yang ditandai dengan rendahnya tingkat produktivitas perusahaan dengan tidak mampu memenuhi pesanan pelanggan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, sehingga banyak pesanan yang tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality* (*Servqual*). Metode servqual terdiri atas lima dimensi kualitas pelayanan yaitu : *Reliability* (keandalan), *Assurances* (jaminan), *Tangibles* (bukti terukur), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap). Dimensi kehandalan (*reliability*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,8260. Dimensi jaminan (*Assurance*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar - 0,0067 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Dimensi bukti fisik (*Tangible*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,7800 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Dimensi empati (*Empathy*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,8600 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,8600 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi.

Kata Kunci : *Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance, Service Quality,* IPA

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR ..... **i**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ii**
MOTTO ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Batasan Masalah 3
1.3 Rumusan Masalah 3
1.4 Tujuan Penelitian 3
1.5 Manfaat Penelitian 3
1.6 Sistematika Penelitian 4
BAB II LANDASAN TEORI **5**
2.1 Kajian Teori 5
2.1.1 Service Management 5
2.1.2 Faktor Service Management 5
2.1.3 Indikator Service Management 6
2.2 Produktivitas 6
2.2.1 Faktor-Faktor Produktivitas 7
2.2.2 Indikator Produktivitas 8
2.3 Penelitian Relevan 8
2.4 Kerangka Teoritis 12
2.5 Hipotesis 12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **13**
3.1 Metode Penelitian 13
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 13
3.3 Teknik Pengumpulan Data 13
3.4 Peralatan Penelitian 14
3.5 Jenis dan Sumber Data 14
3.6 Teknik Analisis Data 15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **17**
4.1 Hasil Penelitian 17
BAB V PEMBAHASAN **33**
5.1 Analisis Hasil Nilai Servqual 33
5.2 Pengaruh *Service Management* Terhadap Produktivitas *Stone Crusher* 36
BAB VI PENUTUP **38**
6.1 Kesimpulan 38
6.2 Saran 38
DAFTAR PUSTAKA **40**

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan....9
Tabel 4.1. Karakteristik Pelanggan CV. Berkah Restu Alam Berdasarkan Jenis Kelamin 17
Tabel 4.2. Karakteristik Pelanggan CV. Berkah Restu Alam Berdasarkan Usia....18
Tabel 4.3. Karakteristik Lama Berlangganan di CV. Berkah Restu Alam 18
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Deskriptif....19
Tabel 4.5. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha 20
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk....21
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Harga 21
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas Service Quality....21
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Emotional Factor 22
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Biaya dan Kemudahan....22
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan....22
Tabel 4.12. Hasil Uji R Square 23
Tabel 4.13. Hasil Uji Parsial (Uji T)....25
Tabel 4.14. Perhitungan Gap Tiap Atribut....26
Tabel 4.15. Perhitungan Gap Tiap Dimensi....28
Tabel 4.16. Pembagian Kuadran Importance dan Performance Matrix....30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka teoritis Penelitian menurut Irawan.....13
Gambar 4.1 Importance dan Performance.....30

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini merupakan abad produktivitas dimana semua manufaktur berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang mengarah pada peningkatan mutu dan meningkatkan kualitas proses operasi yang cepat dan tepat. Untuk itu diperlukan suatu metode-metode yang tepat, guna melanjutkan dari suatu proses produksinya agar bisa diterima oleh konsumennya. Seiring berkembangnya selera konsumen dan teknologi perusahaan harus mampu menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan konsumen dan perusahaan tentunya dapat bertahan dari pesaing bisnis (Annafi, 2021).

Faktor produksi yang dapat menentukan kelancaran dari operasional adalah mesin. Mesin yang digunakan untuk berproduksi haruslah mumpuni agar bisa menghasilkan barang yang sesuai dengan standar. Untuk itu perusahaan harus melakukan tindakan perawatan pada alat-alat produksi dan fasilitas pendukungnya agar kegiatan produksi dapat terjamin kontinuitasnya (Iqbal, 2017).

Didalam sebuah industri, kelancaran dari proses produksi merupakan hal yang sangat penting. Hal ini disebabkan kelangsungan hidup suatu perusahaan ditentukan baik atau tidaknya proses produksi yang ada di dalamnya. Salah satu yang penting dalam kelancaran proses produksi adalah tetap beroperasinya mesin-mesin produksi yang ada. Pada mesin-mesin tersebut, atau paling tidak komponen-komponen penyusunannya, terdapat masa pakai *(lifetime)*. Oleh karena itu, perawatan mesin mutlak dilakukan jika suatu perusahaan ingin memperpanjang umur pakai mesin atau komponen mesin penyusunannya. Hal ini pulalah yang mendasari pentingnya perawatan pada mesin-mesin yang dimiliki oleh perusahaan (Safitri dan Murad, 2018).

Dalam proses produksi batuan di CV. Berkah Restu Alam saat ini produksi tidak mencapai target yaitu pengisian bahan baku *hopper* dengan menggunakan *loader* membutuhkan waktu 40-50 menit per 12 ton kris 1:2, 3 ton kris 0:5, 3 ton abu batu dan 5 ton kris 2:3 sehingga hanya dapat menghasilkan produk kisaran 240 ton per hari dan masih jauh dari target dan kemampuan alat yang bisa mencapai 350 sampai 500 ton per hari. Hal ini disebabkan oleh waktu kerja alat-alat mekanis yang tidak efisien misalnya kurang baiknya komposisi alat mekanis dan banyaknya waktu tunggu yang terjadi pada alat *Stone Crusher*, sehingga menyebabkan turunnya

produktivitas peralatan mekanis yang digunakan. Terjadinya antrian alat pemecah batu pada saat pemuatan menyebabkan tidak tercapainya target produksi. Untuk itu perlu adanya suatu upaya untuk memperbaiki keserasian dan komposisi alat akibat antrian tersebut.

Pada saat pemecahan batu di CV. Berkah Restu Alam menyebabkan tidak tercapainya target produksi. Untuk itu perlu adanya suatu upaya untuk memperbaiki keserasian dan komposisi alat akibat antrian tersebut. Target produksi terhambat karena adanya faktor antara lain, pada proses pengisian (*loading*) dan pemecahan batu.

Adapun upaya untuk meningkatkan hasil produksi adalah dengan cara melakukan evaluasi terhadap kinerja dari alat *Stone Crusher* Kondisi dari alat tersebut harus selalu dalam keadaan baik sebab jika sering mengalami kerusakan tentu akan memberikan waktu hambatan yang lebih banyak. Oleh karena itu, diperlukan *Service Management* yaitu pengawasan dan perawatan terhadap alat untuk meningkatkan efisiensi alat sehingga target produksi dapat dicapai.(Thomas dan Rumbino, 2021).

Penelitian ini menggunakan Metode *Service Quality*. Metode Servqual *(Service Quality)* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai GAP (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan konsumen terhadap layanan yang akan diterima. Namun, secara umum memang belum ada keseragaman batasan tentang konsep *Service Quality* (Manalu dan Siringoringo, 2020).

Berkaitan dengan rendahnya kelancaran proses produksi di CV. Berkah Restu Alam yang diduga dipengaruhi oleh rendahnya pelaksanaan pemeliharaan yang dilakukan oleh perusahaan yang ditandai dengan rendahnya tingkat produktivitas perusahaan dengan tidak mampu memenuhi pesanan pelanggan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, sehingga banyak pesanan yang tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Service Management* Terhadap Produktivitas Pada *Stone Crusher* CV. Berkah Restu Alam Menggunakan Metode *Service Quality*".

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini untuk menghindari tidak terkendalinya bahasan masalah pada kajian yang dilakukan. Hal ini bertujuan agar pembahasan masalah sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan. Berikut adalah batasan masalah dalam penelitian

1. Penelitian ini dilakukan pada *Stone Crusher* CV. Berkah Restu Alam
2. Pengamatan difokuskan pada *Service Management* yang mempengaruhi produktivitas *Stone Crusher*

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka permasalahan penelitian yang akan dijawab penulis apakah *Service Management* berpengaruh terhadap Produktivitas pada *Stone Crusher* CV. Berkah Restu Alam?

1.4 Tujuan Penelitian

Berangkat dari latar belakang dan rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan penting untuk mengidentifikasi pengaruh *service management* terhadap produktivitas pada *stone crusher* CV. Berkah Restu Alam.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa manfaat yaitu:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya pada bidang *service management* yang mempengaruhi produktivitas di dalam dunia industri.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penelitian atau referensi bagi penelitian relevan dengan kajian yang sama. Selain itu penelitian ini menerapkan keilmuan teknik industri dengan harapan penerapan metode Service Quality akan meningkatkan *service management* dan produktivitas pada *stone crusher* CV. Berkah Restu Alam.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab kedua akan menjelaskan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Mencakup urai-uraian yang diambil dari literatur yang memiliki permasalahan yang relevan.

BAB III Metode Penelitian

Bab ketiga akan membahas mengenai tahap-tahapan pemecahan masalah serta langkah permasalahan sesuai dengan metode yang digunakan penulis.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini menjelaskan tentang data yang akan digunakan dalam penelitian ini, pengolahan data hingga hasil dari pengolahan data dalam penelitian Tugas Akhir ini yang meliputi penentuan atribut pengukuran (kuesioner), metode penentuan sampel (responden), teknik pengambilan data, uji validitas & reliabilitas. Kemudian juga dijelaskan mengenai pengolahan data yang menunjang untuk analisa.

BAB V Pembahasan

Data Pada bab ini menjelaskan analisis dan pembahasan pengolahan dan hasil dari pengolahan data pada penelitian Tugas Akhir ini, yang meliputi pembuatan IPA dengan sumber-sumber data dari hasil integrasi *Servqual* Setelah IPAterbentuk, kemudian dilakukan analisa terhadap hasil yang didapat.

BAB VI Penutup

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di awal penelitian dan saran yang telah diajukan untuk penelitian lanjutan dari hasil penelitian dan saran yang harus diperhatikan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Service Management

Service memiliki beberapa pengertian menurut para ahli. Pertama, menurut Chaffey (2008) *service* adalah suatu aktivitas atau manfaat yang tidak memiliki wujud dan dapat diserahkan kepada orang lain yang bertindak sebagai *costumer* dan tidak bersifat kepemilikan. Kedua, menurut Kotler (2009) service merupakan tindakan, jasa ataupun kinerja yang ditawarkan kepada orang lain dan tidak memiliki wujud apapun serta tidak menimbulkan kepemilikan (Perdana, 2016). Menurut pengertian beberapa ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *service* merupakan seluruh tindakan, kinerja, manfaat, ataupun aktivitas yang tidak berwujud dan tidak memiliki kepemilikan.

Manajemen adalah suatu rangkaian proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian dalam rangka memberdayakan sumber daya organisasi/ perusahaan, baik sumber daya manusia (*human resource capital*), modal (*financial capital*), material *(land, natural resources, raw material*), maupun teknologi secara optimal dalam mencapai tujuan organisasi/perusahaan.

Secara umum *service management* adalah sistem yang menyediakan value terhadap konsumen melalui proses yang berkelanjutan dengan mengedepankan strategi dan peningkatan dalam bentuk layanan secara berkala. *Service* manajemen juga akan memastikan bahwa pelayanan terhadap konsumen berjalan dengan baik sehingga memudahkan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

2.1.2 Faktor *Service Management*

Menurut Irawan (2008) terdapat beberapa faktor dalam service manajemen diantaranya

1. Kualitas Produk. Produk yang berkualitas akan menjadi jaminan kepuasaan pelanggan yang multidimensi. Dimensi kualitas produk terdiri dari *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *design*.
2. Harga. Pelanggan yang sensitif biasanya memandang harga murah sebagai sumber kepuasaan yang penting karena mereka mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3. *Service Quality*. Kualitas servis bergantung pada sistem, teknologi dan manusia.
4. *Emotional Factor*. Faktor emosi berhubungan dengan cara hidup seseorang.
5. Biaya dan Kemudahan. Pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang mudah, nyaman dan efisien.

2.1.3 Indikator Service Management

Menurut Tjiptono (2016) terdapat indikator dalam penentu kualitas pelayanan jasa yaitu sebagai berikut :

1. *Tangible* (berwujud) yaitu tampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. *Empathy* (empati) yaitu tingkat kesediaan karyawan dan pengusaha untuk mementingkan kebutuhan pelanggan.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu memberikan jasa dan membantu pelanggan dengan sigap, cepat dan benar.
4. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat serta konsisten.
5. *Assurance* (kepastian) yaitu kemampuan karyawan dalam meyakinkan konsumen.

2.2 Produktivitas

Produktivitas dan produksi merupakan dua hal yang berbeda. Secara umum banyak orang mengaitkan konsep produktivitas dengan produksi merupakan konsep yang tampak, teraba dan terukur. Para ahli ekonomi juga banyak mendukung pandangan ini dengan mengartikan produktivitas sebagai *output* perbiaya buruh. Anggapan ini perlu dirubah agar dapat menggabungkan seluruh aspek kehidupan kerja Kotler (2009).

Kenaikan produksi memperlihatkan peningkatan jumlah hasil yang dicapai, sedangkan kenaikan produktivitas merupakan perbaikan cara dan daya pencapaian produksi tersebut. Pada dasarnya produktivitas memiliki pandangan bahwa metode kerja hari ini kemarin dan hasil yang dapat diraih esok hari harus lebih banyak atau lebih bermutu daripada hari ini. Para ahli menyatakan bahwa produktivitas merupakan perbandingan antara hasil kegiatan (*output*) dan usaha dalam mencapai hal tersebut (*input*). Perbandingan tersebut menggambarkan

keseimbangan yang menggambarkan hasil antara *output* dan angka *input* secara menyeluruh dari barang (jasa) (Suwarto,2009).

Terdapat dua pengertian mendefinisikan produktivitas. Pertama; produktivitas adalah hasil yang terukur yang diperoleh dari laba, jumlah penjualan, penyelesaian tugas, penyelesaian proyek dan berbagai manifestasi lainnya. Kedua; penggunaan sumber daya yang dikenal dengan *input*. Sumber daya tersebut harus dikelola dengan baik agar menunjukkan efisiensi perolehan *output* dengan memanfaatkan sumberdaya secara efisien. Selain itu menetapkan capaian yang ingin diraih juga akan membantu efektivitas produktivitas. Jadi, dapat disimpulkan bahwa produktivitas merupakan gabungan konsep *efisiensi* dan *efektivitas* Kotler (2009).

Menurut Paul Mali (1978) dalam buku "*Improving Total Productivity*" secara umum produktivitas memiliki definisi yang berbeda sesuai dengan kepentingan. Sehingga harus memahami konteks penggunaan yang digunakan. Produktivitas memiliki empat pandangan yaitu pandangan dalam kerangka nasional, pandangan produktivitas dalam industri, pandangan perusahaan atau organisasi individual dan pandangan buruh secara individual. Pada penelitian yang dilakukan penulis pandangan kedua lebih tepat digunakan dalam memahami makna produktivitas (Suwarto,2009).

Pandangan produktivitas dalam industri memisahkan faktor yang berkaitan dengan dan mempengaruhi industri yang spesifik seperti industri kapal terbang, minyak bumi, besi, perawatan kesehatan, transportasi dan pendidikan. Tekanan tersebut memusatkan diri pada faktor-faktor eksklusif dalam industri. Pandangan ini tepat untuk digunakan dalam menjawab rumusan masalah. Pada penelitian ini penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan produktivitas *crush stone* di CV. Berkah Restu Alam.

2.2.1 Faktor-Faktor Produktivitas

Menurut Sedarmayanti (2001) produktivitas ditentukan dan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya sebagai berikut:

1. Sikap kerja. Sikap kerja merupakan kesiapan untuk bekerja bergiliran dalam menjalankan tugas tambahan serta kerjasama dalam tim.
2. Tingkat keterampilan. Karyawan yang pernah mengikuti pelatihan tertentu akan meningkatkan produktivitas kerja.

3. Hubungan antara tenaga kerja dan pimpinan organisasi. Hubungan keterlibatan antara atasan dan bawahan untuk mempengaruhi perilaku dalam situasi perusahaan agar produktivitas kerja meningkat.
4. Efisiensi tenaga kerja. Efisiensi kerja sangat penting dalam mengelola, mengatur serta memanfaatkan pekerja sehingga bisa produktif agar tercapainya produktivitas kerja.
5. Kewiraswastaan. Kreatifitas pekerja akan meningkatkan proses produksi sehingga tercapainya produktivitas yang ingin dicapai perusahaan.
6. Manajemen Produktivitas. Efisiensi dalam manajemen sumber serta sistem kerja untuk mencapai produktivifitas.

2.2.2 Indikator Produktivitas

Menurut Simamora (2004) beberapa faktor yang digunakan dalam mengukur produktivitas kerja yaitu

1. Kuantitas kerja merupakan hasil yang diraih pekerja dalam jumlah tertentu yang berpedoman pada standar kerja perusahaan.
2. Kualitas kerja merupakan standar hasil yang diraih yang berkaitan dengan mutu yang dihasilkan oleh pekerja dalam menyelesaikan pekerjaan secara teknis.
3. Ketepatan Waktu merupakan tingkat aktivitas yang diselesaikan pada waktu yang ditentukan dipandang dari hasil output serta memaksimalkan waktu luang untuk aktivitas lain.

2.3 Penelitian Relevan

Pada penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang menjadi referensi dalam penelitian ini yaitu

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

No.	Peneliti	Tahun	Judul	Metode	Objek
1.	Yusrida Muflihah	2015	Peningkatan *Service Level Management* Pada Layanan Kesenjangan Pada Pengguna Layanan Kasus :	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu Evaluasi *Service Management* untuk	

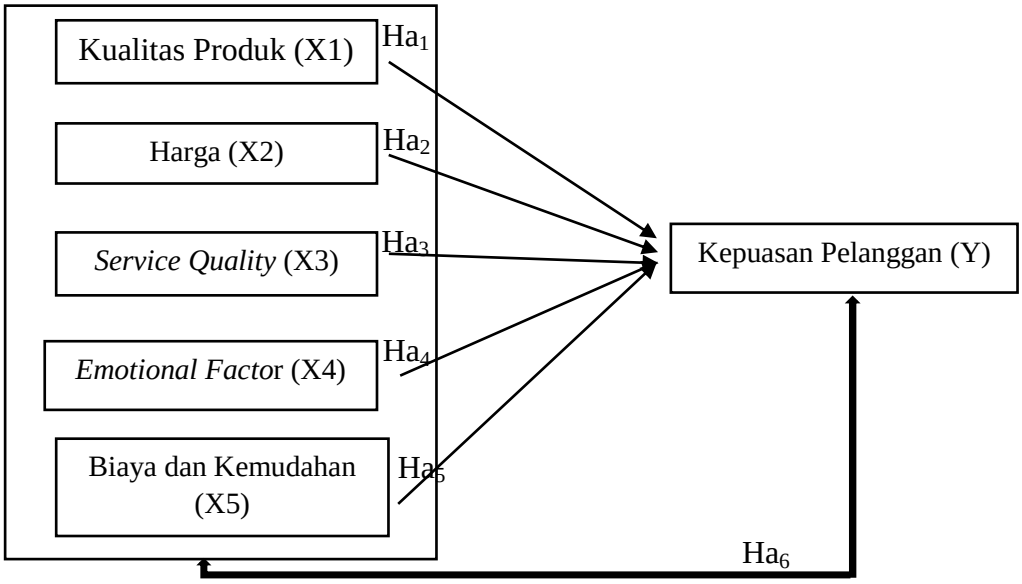
No.	Peneliti	Tahun	Judul	Metode	Objek
			PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur)	melihat kesenjangan pelayanan dengan metode *Servqual.*	
2.	Mamed Rofendi Manalu dan Rimmar Siringoringo	2020	Rancang Bangun Aplikasi untuk Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademis AMIK Imelda Medan dengan Menggunakan Algoritma *Servqual*	Penelitian ini memiliki tujuan yang sama dengan penelitian yang dilakukan yaitu untuk menganalisis pelayanan dengan menggunakan faktor dan indikator *Service Quality.*	
3.	Luthfi Nugraha, Yuniar, dan Ambar Harsono	2015	Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Bahasa Inggris Menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)* di LBPP LIA Martadinata Kota Bandung	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu untuk menganalisis tingkat pelayanan jasa dengan metode *Service Quality*.	
4.	Ario Akbar dan Tjahjono Djatmiko	2016	Pengaruh E-*Service Quality* Terhadap *ECustomer Satisfaction* dan *E-Customer Loyalty* Pada Lazada.co.id	*E-Service Quality* *- E-Customer Satisfaction* *- E-Customer Loyalty*	*Customer*
5.	Mega Della Prisanti, Imam Suyadi, Zainul Arifin	2017	Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Customer*	*E-Service Quality* *- E-Trust* *- E-Customer Satisfaction* *- E-Customer Loyalty*	*Customer*

No.	Peneliti	Tahun	Judul	Metode	Objek
			Satisfaction Serta Implikasinya Terhadap *E-Customer Loyalty* (Studi pada Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Lawang)		
6.	Anton Tirta Komara	2013	*E-Recovery Service Quality* Terhadap *ESatisfaction* Serta Implikasinya Pada *ELoyalty* Pelanggan Maskapai Penerbangan Air Asia	*E-Recovery Service Quality - E-Satisfaction - E-Loyalty*	Pelanggan Penerbangan Air Asia
7.	Anita Tobagus 2018	2018	*Pengaruh E-Service Quality* Terhadap *ESatisfaction* Pada Pengguna Di Situs Tokopedia.	*E-Service Quality - E-Satisfaction*	Pelanggan Tokopedia
8.	Farnaz Bahesti dkk	2012	*E-Service Quality Dimensions* and *Their Effects on ECustomer Satisfaction in Internet Banking Services*	*E-Service Quality - E-Customer Satisfaction*	*Customer Internet Banking Services*
9.	Al-Dweeri	2017	*The Impact of EService Quality*	*E-Service Quality - E-Loyalty - E-*	*Customer Online Shop*

No.	Peneliti	Tahun	Judul	Metode	Objek
			and *E-Loyalty on Online Shopping*: *Moderating Effect of E-Satisfaction and ETrust*	*Satisfaction - E-Trust*	
10.	Sundaram, Ramkumar, dan Shankar	2017	*Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty Empirical Study in India Online Business*	*- E-Service Quality - Customer Satisfaction - Loyalty*	*Customer Online Business*
11	Hammoud, Bizri dan El Baba	2018	*The Impact of EBanking Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence From the Lebanese Banking Sector*	*- Service Quality - Customer Satisfaction*	*Customer Banking*
12	Jordan (Al-Hawary, dan AlSmeran	2017	*Impact of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction of Islamic Banks in*	*Customer Satisfaction*	*Customer Service Elektronik*
13	Khrisna Naik, Gantasala, dan Prabhakar	2020	*Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing*	*Service Quality - Customer Satisfaction*	*Customer*

2.4 Kerangka Teoritis

Pada penelitian ini penulis menggunakan kerangka teoritis yang diambil dari konsep Irawan (2008:37). Konsep ini menyatakan bahwa kepuasaan pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Maka kerangka teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 : Kerangka teoritis Penelitian menurut Irawan

Sumber : Irawan (2008:37)

2.5 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2019) hipotesis adalah reaksi non-super tahan lama terhadap rencana masalah penilaian, di mana definisi masalah investigasi telah dinyatakan sebagai kalimat pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

H_0 : *Service Management* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Produktivitas Pada Stone Crusher CV. Berkah Restu Alam

H_1 : *Service Management* berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas Pada Stone Crusher CV. Berkah Restu Alam

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme yang berpandangan bahwa gejala yang diteliti adalah gejala yang dapat diamati, dapat diukur, gejala yang dapat diklasifikasikan ke dalam variabel-variabel penelitian, hubungan antar gejala bersifat kausal/sebab-akibat, hasil penelitian lebih obyektif dan bebas nilai karena peneliti menjaga jarak dengan yang diteliti.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Berkah Restu Alam. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari 2023.

3.3 Obkyek Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, terlebih dahulu perlu ditentukan objek penelitian. Penjelasan objek penelitian menurut Sugiyono (Sugiyono 2017) bahwa suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Obyek yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah tingkat produktivitas *Stone Crusher* CV. Berkah Restu Alam.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari informasi yang dikumpulkan dari lapangan baik dari individu maupun perseorangan. Data yang dibutuhkan dalam penelitian bersumber dari observasi lapangan, tingkat produktivitas *stone crusher*, hasil dari pengisian kuesioner mengenai *Service Management* serta hasil wawancara yang dilakukan dengan pimpinan produksi. Sedangkan data sekunder berasal dari studi literatur mengenai penelitian yang dilakukan.

3.5 Peralatan Penelitian

Pada proses pengumpulan data terdapat beberapa peralatan yang digunakan diantaranya:

1. Buku dan alat tulis
2. Formulir pengisian kuesioner
3. *Handphone* untuk merekam sesi wawancara
4. Komputer sebagai alat pengolahan data

3.6 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

   Data primer diperoleh berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara langsung dilapangan. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini:

   a) *Cycle Time* alat *Stone Crusher*
   b) Hasil Produksi Batu
2. Sekunder

   Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari perusahaan untuk digunakan untuk melengkapi penelitian. Adapun data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

   a) Data jam kerja alat
   b) Produksi
   c) Spesifikasi alat

3.7 Proses Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan beberapa tahap pengujian analisis statistic dengan tahapan sebagai berikut :

1. Menurut Sugiyono (2017) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).
2. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas ini dilakukan pada responden dengan menggunakan pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Menggunakan program SPSS 22.0 *for windows*.

3. Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh secara serempak dan parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian secara parsial masing-masing variabel bebas dimaksud bukan untuk mengetahui apakah secara individual variable pengalaman kerja, pengetahuan dan motivasi mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap kinerja karyawan.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah setelah pengumpulan data dilakukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality* (Servqual). Metode ini untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan gap (kesenjangan) yang terjadi antara persepsi dan harapan konsumen. Metode *servqual* terdiri atas lima dimensi kualitas pelayanan yaitu : *Reliability* (keandalan), *Assurances* (jaminan), *Tangibles* (bukti terukur), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap) (Manalu,2020).

Setiap dimensi *Servqual* mempunyai beberapa pernyataan yang merupakan faktor dimensi dan memiliki rentang 1-5. Angka 1 memiliki perasaan sangat tidak setuju (*strongly disagree*) dan angka 5 mewakili perasaan sangat setuju (*strongly agree*). Menurut model kesenjangan layanan, kualitas layanan merupakan fungsi dari persepsi dan harapan yang dapat dimodelkan :

$$\text{SQ}= \sum_{i=1}^{k}(\text{Pij} - \text{Eij})$$

SQ = kualitas layanan secara keseluruhan

k = Jumlah atribut

P_{ij} = Persepsi kinerja stimulus i terhadap atribut j

E_{ij} = harapan kualitas layanan untuk atribut j yang relevan untuk stimulus i

Setelah data dikumpulkan, data tersebut diolah untuk dianalisis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kesenjangan. Analisis ini mengidentifikasikan ukuran kualitas pelayanan (*quality of service*). Secara umum analisis ini dapat diartikan sebagai cara dalam mengetahui tingkat kinerja suatu perusahaan. Analisis ini akan memberi beberapa manfaat yaitu :

1. Penilaian mengenai besarnya kesenjangan antara kinerja aktual dengan suatu standar kerja yang diharapkan.
2. Memperoleh informasi mengenai peningkatan kinerja yang diperlukan untuk menutup kesenjangan tersebut
3. Menjadi salah satu dasar pengambilan keputusan terkait prioritas dan biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi standar pelayanan yang ditetapkan.
4. *Importance-Performance Analysis* (IPA) adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan. Dalam esensinya IPA mengkombinasikan pengukuran pada dimensi kepuasan dan kepentingan ke dalam dua grid. Kemudian, kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalam nilai kepentingan sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai kepuasan sebagai sumbu diagonal. Kemudian, menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kepuasan itu sebagai pusat pemotongan garis. Diagram *Importance And Performance Analysis* dibagi menjadi empat kuadran oleh dua garis tegak lurus yang menyatakan nilai *Importance* atribut dan nilai *Performance* atribut. Sumbu mendatar (sumbu X) menyatakan nilai *performance* yang menggunakan nilai Persepsi dan sumbu tegak (sumbu Y) menyatakan *importance* yang menggunakan nilai Ekspektasi Dalam penelitian ini *Importance* dan *Performance matrik* berdasarkan nilai *SERVQUAL* yang negatif untuk mengetahui atribut mana yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan di *House Of Quality.* Atribut yang akan diperbaiki adalah atribut yang terdapat dalam kuadran 1 Rata-rata *Importance* adalah rata-rata dari skor ekspektasi seluruh atribut dan Rata-rata *Performance* adalah rata-rata dari skor seluruh persepsi

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari kuesioner yang telah dibagikan dan diisi oleh pelanggan CV. Berkah Restu Alam. Sampel yang digunakan peneliti sebanyak 30 orang. Adapun hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan disajikan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Karakteristik Pelanggan CV. Berkah Restu Alam yang diamati dalam penelitian ini, meliputi jenis kelamin, usia dan lama berlangganan. Karakteristik dari masing-masing responden disajikan dalam tabel sebagai berikut :

a) Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang didapatkan, deskriptif jenis kelamin pelanggan CV. Berkah Restu Alam dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Pelanggan CV. Berkah Restu Alam Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	19	63,33 %
2	Perempuan	11	36,67 %
Jumlah		30	100%

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.1. Menunjukkan bahwa pelanggan CV. Berkah Restu Alam yang berjenis kelamin Laki-Laki sebanyak 19 Orang (63,33%) dan karyawan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 11 Orang (36,67%). Hal ini menunjukkan bahwa responden paling banyak dalam penelitian ini adalah laki-laki.

b) Usia

Usia merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam pelaksanaan tugas yang dibebankan kepadanya. Selain itu, usia dapat mempengaruhi produktivitas tenaga kerja. Semakin produktif usia seseorang maka semakin mempengaruhi produktivitas kerja, ketelitian kerja, konsentrasi kerja dan daya tahan fisik dalam bekerja, yang dapat dipengaruhi oleh kesehatan, daya tahan dan sebagainya. Berdasarkan data primer yang

didapatkan, deskriptif usia pelanggan CV. Berkah Restu Alam dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2. Karakteristik Pelanggan CV. Berkah Restu Alam Berdasarkan Usia

No	Usia	Responden	Persentase(%)
1	< 20	5	16,66%
2	21-30	8	26,67%
3	>31	17	56,67%
	Jumlah	30	100 %

Sumber: Olahan Data Primer, 2022

Tingkat usia pada Pelanggan CV. Berkah Restu Alam dari Tabel 4.2. dapat dilihat bahwa pelanggan yang berlangganan di CV. Berkah Restu Alam paling banyak berusia > 30 tahun sebanyak 17 orang (56,67%), sisanya berusia < 20 tahun sebanyak 5 orang (16,66%), dan usia 21-30 tahun sebanyak 8 orang (26,67%).

c) Lama Berlangganan

Berdasarkan data primer yang didapatkan, deskriptif lama berlangganan pelanggan di CV. Berkah Restu Alam dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3. Karakteristik Lama Berlangganan di CV. Berkah Restu Alam

No	Lama Berlangganan	Responden	Persentase(%)
1	< 1 Bulan	9	30,00%
2	1-5 Bulan	15	50,00%
3	>5 Bulan	6	20,00%
Jumlah		30	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan yang di CV. Berkah Restu Alam yang berlangganan 1-5 bulan yaitu sebanyak 15 orang (30,00%), dan yang berlangganan selama < 1 bulan sebanyak 9 orang (30,00%), dan untuk pelanggan yang berlangganan selama > 5 bulan sebanyak 6 orang (20,00%).

2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan

cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Menurut Ghozali (2009) analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif adalah statistika yang digunakan dalam mendeskripsikan data menjadi informasi yang lebih jelas serta mudah dipahami yang memberikan gambaran mengenai penelitian berupa hubungan dari variabel-variabel independen. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. . Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar dan diisi oleh responden yang telah ditentukan. Hasil penelitian analisis statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
T.X1	30	8.00	13.00	21.00	524.00	17.4667	.44653	2.44573
T.X2	30	11.00	10.00	21.00	517.00	17.2333	.44122	2.41666
T.X3	30	10.00	11.00	21.00	506.00	16.8667	.55654	3.04827
T.X4	30	9.00	11.00	20.00	490.00	16.3333	.47059	2.57753
T.X5	30	11.00	14.00	25.00	630.00	21.0000	.53820	2.94782
T.Y	30	11.00	14.00	25.00	630.00	21.0000	.53820	2.94782
Valid N (listwise)	30							

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa N atau jumlah setiap variabel yang valid berjumlah 30, dari 30 data sampel kepuasan pelanggan (Y), nilai minimum sebesar 14,00, nilai maksimum 25, rata-rata nilai 21,0000, dan standar *deviation* 2,9478.

Kualitas Produk (X1) variabel yang valid berjumlah 30, dari 30 data sampel Kualitas Produk (X1), nilai minimum sebesar 13,00 nilai maksimum 21,00 rata-rata nilai 17,4667, dan standar *deviation* 2,4457.

Harga (X2) variabel yang valid berjumlah 30, dari 30 data sampel harga (X2), nilai minimum sebesar 10,00 nilai maksimum 21,00 rata-rata nilai 17,2333, dan standar *deviation* 2,4166.

Service Quality (X3) variabel yang valid berjumlah 30, dari 30 data sampel *service quality* (X3), nilai minimum sebesar 11,00 nilai maksimum 21,00 rata-rata nilai 16,8667, dan standar *deviation* 3,0482

Emotional Factor (X4) variabel yang valid berjumlah 30, dari 30 data sampel *emotional factor* (X4), nilai minimum sebesar 11,00 nilai maksimum 20,00 rata-rata nilai 16,3333, dan standar *deviation* 2,5775.

Biaya dan Kemudahan (X5) variabel yang valid berjumlah 30, dari 30 data sampel biaya dan kemudahan (X5), nilai minimum sebesar 14,00 nilai maksimum 25,00 rata-rata nilai 21,0000, dan standar *deviation* 2,9478.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas juga dapat dikatakan sebagai suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan memilih menu *analyze*, kemudian pilih sub menu *scale*, lalu pilih reliability analysis. Hasil analisis tersebut akan diperoleh melalui hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,40.

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur. Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r hitung akan diwakili oleh nilai Alpha pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
0,20 – 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Adapun tingkat reliabilitas pernyataan variabel kualitas produk (X1), variabel harga (X2), variabel *service quality* (X3), variabel *emotional factor* (X4), variabel biaya dan kemudahan (X5), serta variabel kepuasan pelanggan (Y) pada pelanggan yang di CV. Berkah Restu Alam berdasarkan output SPSS versi 25.00 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

a) Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari variabel kualitas produk maka didapat hasil reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.672	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perolehan SPSS mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,672 angka yang didapatkan lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X1) reliabel.

b) Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari variabel harga maka didapat hasil reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.638	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perolehan SPSS mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,638 angka yang didapatkan lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga (X2) reliabel.

c) Uji Reliabilitas Variabel *Service Quality* (X3)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari variabel *service quality* maka didapat hasil reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas *Service Quality*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perolehan SPSS mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,817 angka yang didapatkan lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *service quality* (X3) sangat reliabel.

d) Uji Realibilitas Variabel *Emotional Factor* (X4)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari variabel *emotional factor* maka didapat hasil reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas *Emotional Factor*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.602	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perolehan SPSS mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,602 angka yang didapatkan lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *emotional factor* (X4) reliabel.

e) Uji Reliabilitas Variabel Biaya dan Kemudahan (X5)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari variabel biaya dan kemudahan maka didapat hasil reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Biaya dan Kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.794	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perolehan SPSS mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,794 angka yang didapatkan lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *emotional factor* (X5) reliabel.

f) Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari variabel kepuasan pelanggan maka didapat hasil reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.794	5

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil perolehan SPSS mendapatkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,794 angka yang didapatkan lebih besar dari 0,60, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) reliabel.

4. Uji Hipotesis

   Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh secara serempak dan parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian secara parsial masing-masing variabel bebas dimaksud bukan untuk mengetahui apakah secara *individual variable* pengalaman kerja, pengetahuan dan motivasi mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap kinerja karyawan. Untuk uji parsial digunakan uji t dengan ketentuan apabila hasil t hitung lebih besar dari t tabel maka keputusan yang diambil H_0 yang ditolak dan H_i diterima, dan sebaliknya. Sedangkan pengujian serempak digunakan uji F dengan ketentuan F hitung lebih besar dari F tabel keputusan yang diambil H_0 ditolak dan H_i diterima dan sebaliknya.

5. Uji Model R^2

   Uji Model R^2 mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* (R^2) (Mulyono, 2006). Bila R^2 mendekati angka 1, maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa makin baik atau makin tepat garis regresi yang diperoleh. Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12. Hasil Uji R *Square*

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.932[a]	.868	.841	1.17539

a. Predictors: (Constant), T.X5, T.X1, T.X3, T.X2, T.X4

b. Dependent Variable: T.Y

Berdasarkan tabel model summary di atas dapat diketahui bahwa nilai R adalah 0,932, sedangkan nilai R *Square* (R^2) sebesar 0,868. Oleh karena itu uji determinasi berganda ini diperoleh dari perhitungan regresi linear berganda, maka koefisien determinasi sebesar 0,868 atau R^2 x 100% sebesar 86,8%. Kebermaknaan dari nilai tersebut memiliki implikasi bahwa variabel kualitas produk, harga, *service quality*, *emotional factor*, biaya dan kemudahan. Pada pelanggan CV. Berkah Restu Alam sebesar 86,8% dan sisanya 13,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

6. Uji Parsial (Uji T)

Pengujian ini digunakan untuk menganalisis hipotesis yang telah dirumuskan secara parsial (individu) untuk melihat seberapa besar signifikansi atau tidak signifikannya pengaruh dari suatu variabel. Dalam pengambilan keputusan Uji t yang menyatakan hipotesis diterima atau ditolak, terlebih dahulu kita menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikan 5%. Variabel independen dikatakan berpengaruh jika signifikansinya kurang dari 0,05. Kemudian cara untuk menghitung t_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$DF = [(\alpha/2); N-K]$$

Keterangan :

K = Jumlah Variabel

N = Jumlah Responden

Taraf Signifikan (α) = 0,5

Diketahui :

K = 5 (X1+X2+X3+X4+X5) + 1 (Y) = 6 Variabel

N = 30 Responden

Jawaban :

DF = [(0.5/2);30-6]

DF = [0.25; 24]

Untuk mengetahui t_{tabel} dilihat terlebih dahulu di lembaran statistik dengan melihat bagian kolom ke 24 dengan sebesar 0,3297. Maka nilai t_{tabel} dalam penelitian itu dengan sejumlah 0,3297 nilai. Uji t dapat berpengaruh apabila $t_{hitung} > 0,3297$ dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hasil uji t didapatkan pada tabel berikut ini :

Uji parsial ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing- masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu untuk mengetahui seberapa besar Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan *Service Quality* (X3), *Emotional Factor* (X4), Biaya dan Kemudahan (X5) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun hasil hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.121	2.869		1.785	.087
	T.X1	.165	.094	.137	1.750	.003
	T.X2	.377	.102	.309	3.697	.001
	T.X3	.678	.142	.701	4.776	.000
	T.X4	.117	.183	.102	.638	.001
	T.X5	.052	.081	.052	.640	.002

a. Dependent Variable: T.Y

Berdasarkan data pada Tabel 13. diatas, berikut penjabaran hasil uji t dalam penelitian ini :

a) Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,750 > 0,3297 dengan nilai sig sebesar 0,003 < 0,05. Dengan demikian artinya bahwa variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

b) Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 3,697 > 0,3297 dengan nilai sig sebesar 0,001 < 0,05. Dengan demikian artinya bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.

c) Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa *Service Quality* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 4,776 > 0,3297 dengan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian artinya bahwa variabel *Service Quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

d) Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa *Emotional Factor* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,638 > 0,3297 dengan nilai sig sebesar 0,001 < 0,05. Dengan demikian artinya bahwa variabel *Emotional Factor* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima.

e) Pengujian Hipotesis Kelima (H_5)

Berdasarkan hasil pengolahan data bahwa Biaya dan Kemudahan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 0,640 > 0,3297 dengan nilai sig sebesar 0,002 < 0,05. Dengan demikian artinya bahwa variabel Biaya dan Kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima.

7. Perhitungan *Servqual*

Service quality merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan melihat kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara persepsi dan harapan atau ekspektasi konsumen, terdapat 5 yaitu dimensi (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* (Jiwantara et al., 2012). Berikut ini merupakan hasil

dari perhitungan *servqual*.

Tabel 4.14. Perhitungan Gap Tiap Atribut

No	Pernyataan	Persepsi	Harapan	*Gap* (P-H)
Kehandalan (*Reliability*)				
1	CV. Berkah Restu Alam selalu beroperasi sesuai dengan jadwal dan menyelesaikan produksi pada waktu yang sudah ditentukan	4,1667	4,2333	-0,066
2	CV. Berkah Restu Alam dapat membantu dalam produktivitas penggunaan *stone crusher*	2,3667	4,3000	-1,9333
3	CV. Berkah Restu Alam memiliki keadaan sehat saat melayani pelanggan	4,3000	4,3000	0,0000
4	CV. Berkah Restu Alam memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat	2,1667	4,2333	-2,0663
5	CV. Berkah Restu Alam kemampuan mengolah produktivitas dengan *service quality* yang bagus	4,2333	4,3000	-0,0667
Jaminan (*Assurance*)				
1	CV. Berkah Restu Alam memberikan pengawasan terhadap produktivitas pada *stone crusher* dengan baik	4,1000	4,2333	-0,1333
2	CV. Berkah Restu Alam memberikan perawatan terhadap produktivitas pada *stone crusher* dengan baik	4,3333	4,3333	0,0000
3	CV. Berkah Restu Alam dapat dipercaya untuk mengelola *stone crusher*	4,0333	4,0333	0,0000
4	CV. Berkah Restu Alam mempunyai karyawan yang selalu bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan	4,2333	4,1000	0,1333
5	CV. Berkah Restu Alam mempunyai karyawan yang mampu meyakinkan para pelanggannya	4,3000	4,3333	-0,0333
Bukti Fisik (*Tangible*)				
1	CV. Berkah Restu Alam memiliki sarana yang memudahkan dan meningkatkan produktivitas	4,5667	4,3000	0,2667
2	CV. Berkah Restu Alam memiliki prasarana yang tertata rapi sehingga pelanggan merasa nyaman dan aman	2,4000	4,5667	-2,1667
3	CV. Berkah Restu Alam memiliki alat *stone crusher* dengan kinerja yang sangat	4,1000	4,1000	0,0000

No	Pernyataan	Persepsi	Harapan	*Gap* (P-H)
	baik			
4	CV. Berkah Restu Alam memberikan kualitas produksi yang diinginkan pelanggan	2,1000	4,1000	-2,0000
5	CV. Berkah Restu Alam mematok harga yang sesuai dengan hasil yang diberikan	4,3000	4,3000	0,0000
Empati (*Empathy*)				
1	CV. Berkah Restu Alam melayani pelanggan dengan sepenuh hati	2,3000	4,3333	-2,0333
2	CV. Berkah Restu Alam dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan	4,1000	4,1000	0,0000
3	CV. Berkah Restu Alam selalu menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan	2,1000	4,3333	-2,2333
4	CV. Berkah Restu Alam selalu memberikan hasil kinerja yang terbaik untuk pelanggan	4,3333	4,1000	0,2333
5	CV. Berkah Restu Alam selalu mementingkan *service quality* dari semua pelanggan	4,0333	4,3000	-0,2667
Daya Tanggap (*Responsiveness*)				
1	CV. Berkah Restu Alam memiliki kemampuan menguasai informasi produk *knowledge* dengan baik	2,1000	4,0333	-1,9333
2	CV. Berkah Restu Alam mampu memberikan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah pelanggan mengenai *stone crusher.*	4,0333	4,0333	0,0000
3	CV. Berkah Restu Alam memberikan tindakan yang cepat dalam menangani masalah produksi	1,9000	4,2000	-2,3000
4	CV. Berkah Restu Alam memberikan tindakan yang benar dan sigap	4,2000	4,0333	0,1667
5	CV. Berkah Restu Alam memberikan service management yang baik	4,1000	4,3333	-0,2333

Nilai *servqual* (*gap*) untuk setiap dimensi dihitung dengan menghitung selisih nilai Persepsi dan Harapan. Atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar maka perlu dilakukanya perbaikan. Untuk perhitungan nilai servqual (*gap*) per dimensi dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini:

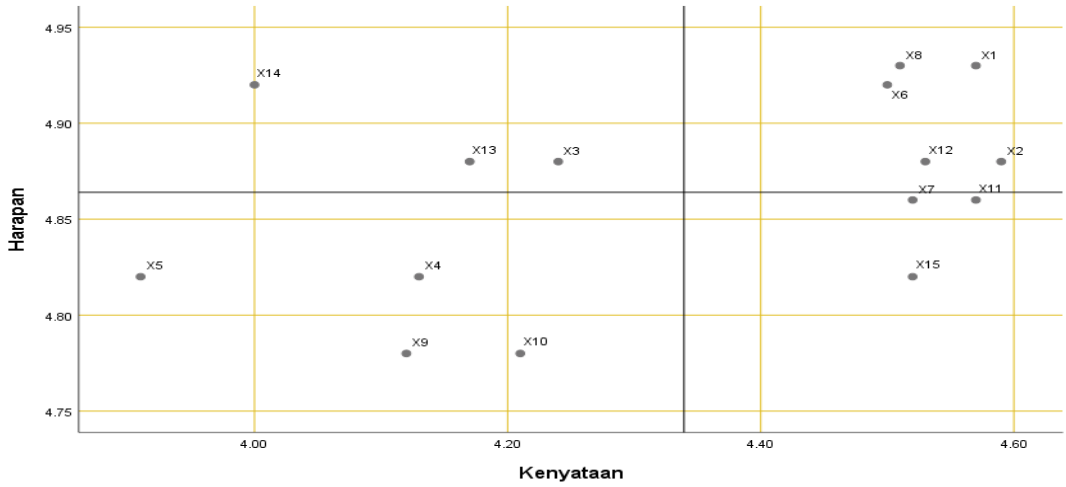
Tabel 4.15. Perhitungan Gap Tiap Dimensi

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap	Q=P/H
1	Kehandalan (*Reliability*)	3,4466	4,2733	-0,8260	0,8065
2	Jaminan (*Assurance*)	4,1999	4,2066	-0,0067	0,9984
3	Bukti Fisik (*Tangible*)	3,4933	4,2733	-0,7800	0,8174
4	Empati (*Empathy*)	3,3733	4,2333	-0,8600	0,7968
5	Daya Tanggap (*Responsiveness*)	3,2667	4,1266	-0,8600	0,7916
Rata-Rata		3,5559	4,2226	-0,6665	0,8421

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa *service management* untuk nilai Q 0,89 < 1, maka menunjukan pelayanan yang diberikan kurang baik (Prananda et al., 2019).

8. Importance Performance Analysis

Importance-Performance Analysis (IPA) adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan. Dalam esensinya IPA mengkombinasikan pengukuran pada dimensi kepuasan dan kepentingan ke dalam dua grid. Kemudian, kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalam nilai kepentingan sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai kepuasan sebagai sumbu diagonal. Kemudian, menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kepuasan itu sebagai pusat pemotongan garis. Nilai rata-rata yang diperoleh menjadi garis pembatas antar koordinat. Diagram Importance dan Performance Matriks ditunjukan pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 *Importance dan Performance*

Hasil ini dari *Importance Performance matrix* menunjukan bahwa atribut-atribut tersebut di 4 kuadran.

Tabel 4.16. Pembagian Kuadran Importance dan Performance Matrix

Kuadran	Faktor Pelayanan	Analisis
Kuadran 1	Tinggi Kehandalan (*Reliability*) dan Tinggi Jaminan (*Assurance*)	Pelanggan merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan, sehingga produktivitas meningkat karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan dari perusahaan dibandingkan pesaing
Kuadran 2	Tinggi Kehandalan (*Reliability*) dan Tinggi Bukti Fisik (*Tangible*)	Pelanggan dapat melihat dan merasakan kualitas dari layanan yang diberikan, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan produktivitas perusahaan

Kuadran	Faktor Pelayanan	Analisis
Kuadran 3	Tinggi Empati (*Empathy*) dan Tinggi Daya Tanggap (*Responsiveness*)	Perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas dan produktivitas pelanggan
Kuadran 4	Rendah Kehandalan (*Reliability*) dan Rendah Bukti Fisik (*Tangible*)	Pelanggan tidak merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan, sehingga produktivitas menurun karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan dari pesaing yang lebih terpercaya

Tabel 4.16 adalah tabel pembagian kuadran Importance dan Performance Matrix yang digunakan untuk menganalisis faktor pelayanan dalam hubungannya dengan produktivitas perusahaan dan kepuasan pelanggan. Tabel ini memiliki empat kuadran yang masing-masing mewakili kondisi yang berbeda dari faktor pelayanan.

1 Pada kuadran 1, faktor pelayanan yang tinggi adalah Kehandalan (*Reliability*) dan Jaminan (*Assurance*). Pelanggan merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga produktivitas meningkat karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan dari perusahaan dibandingkan pesaing. Dalam konteks ini, perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan dan memberikan kualitas layanan yang diinginkan.
2 Pada kuadran 2, faktor pelayanan yang tinggi adalah Kehandalan (*Reliability*) dan Bukti Fisik (*Tangible*). Pelanggan dapat melihat dan merasakan kualitas dari layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan produktivitas perusahaan. Bukti fisik ini meliputi elemen-elemen seperti fasilitas, peralatan, dan tampilan visual yang diberikan oleh perusahaan yang secara langsung mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas layanan yang diberikan.
3 Pada kuadran 3, faktor pelayanan yang tinggi adalah Empati (*Empathy*) dan Daya

Tanggap (*Responsiveness*). Perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas dan produktivitas pelanggan. Hal ini sangat penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan karena perusahaan dapat memahami dan merespons kebutuhan mereka dengan lebih baik.

4 Pada kuadran 4, faktor pelayanan yang rendah adalah Kehandalan (*Reliability)* dan Bukti Fisik (*Tangible*). Pelanggan tidak merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga produktivitas menurun karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan dari pesaing yang lebih terpercaya. Dalam hal ini, perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan dan memberikan bukti fisik yang lebih baik untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Dengan memahami kondisi faktor pelayanan dalam hubungannya dengan produktivitas perusahaan dan kepuasan pelanggan melalui tabel ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan layanan dan produktivitas mereka. Tabel ini juga dapat membantu perusahaan memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan bagi pelanggan sehingga mereka dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pertumbuhan bisnis

BAB V
PEMBAHASAN

5.1 Analisis Hasil Nilai Servqual

Nilai *servqual* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Perhitungan *servqual gap* pada 5 dimensi dimensi dilakukan dengan menghitung *gap* antara persepsi dan harapan dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dari CV. Berkah Restu Alam.

Jika *gap* bernilai negatif, maka dapat diketahui bahwa kinerja perusahaan belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Namun jika *gap* bernilai positif, maka dapat diketahui bahwa kinerja perusahaan sudah sesuai harapan pelanggan. Dibawah ini merupakan hasil nilai *servqual* berdasarkan urutan dimensi yang memiliki nilai *gap* terbesar sampai terkecil:

a) Dimensi Kehandalan (*Reliability*)

   Reliability (keandalan) merujuk pada kemampuan untuk memberikan produk atau layanan sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat diandalkan. Ini mencakup ketepatan waktu, kualitas yang konsisten, dan keandalan produk atau layanan yang disediakan. Dimensi kehandalan (*reliability*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,8260 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi Tjiptono (2016). Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 3,4466 dan 4,2733. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut kehandalan (*reliability*) yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu CV. Berkah Restu Alam memiliki keadaan sehat saat melayani pelanggan (P3) dengan nilai *gap* 0,0000 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu CV. Berkah Restu Alam memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat (P4) dengan nilai *gap* -2,0663.

b) Dimensi Jaminan (*Assurance*)

   Assurance (kepastian) merujuk pada kemampuan karyawan untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk atau layanan yang disediakan memiliki kualitas yang memadai. Ini melibatkan memberikan informasi yang jelas tentang produk atau layanan, memberikan jaminan atau garansi, dan memberikan dukungan pelanggan yang memadai Tjiptono (2016). Dimensi jaminan (*Assurance*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -

0,0067 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 4,1999 dan 4,2066. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut jaminan (*Assurance*) yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu CV. Berkah Restu Alam mempunyai karyawan yang selalu bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan (P1) dengan nilai *gap* 0,1333 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu CV. Berkah Restu Alam memberikan pengawasan terhadap produktivitas pada *stone crusher* dengan baik dengan nilai *gap* -0,1333.

c) Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Tangible (berwujud) merujuk pada aspek fisik atau materi yang dapat dilihat atau disentuh oleh pelanggan dalam sebuah produk atau layanan. Contohnya adalah tampilan fisik dari produk, peralatan yang digunakan, atau berbagai materi komunikasi seperti brosur atau katalog Tjiptono (2016). Dimensi bukti fisik (*Tangible*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,7800 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 3,4933 dan 4,2733. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut bukti fisik (*Tangible*) yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu CV. Berkah Restu Alam memiliki sarana yang memudahkan dan meningkatkan produktivitas (P1) dengan nilai *gap* 0,2667 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu CV. Berkah Restu Alam memiliki prasarana yang tertata rapi sehingga pelanggan merasa nyaman dan aman (P2) dengan nilai *gap* -2,1667.

d) Dimensi Empati (*Empathy*)

Empathy (empati) merujuk pada kemampuan karyawan atau pengusaha untuk memahami dan memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan. Ini mencakup kemampuan untuk mendengarkan dan memahami masalah atau kebutuhan pelanggan, dan kemudian merespon dengan solusi yang sesuai Tjiptono (2016). Dimensi empati (*Empathy*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,8600 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 3,3733 dan 4,2333. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut empati (*Empathy*) yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu CV.

Berkah Restu Alam selalu memberikan hasil kinerja yang terbaik untuk pelanggan (P4) dengan nilai *gap* 0,2333 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu CV. Berkah Restu Alam selalu menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan (P3) dengan nilai *gap* -2,2333.

e) Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness (cepat tanggap) merujuk pada kemampuan untuk merespon kebutuhan pelanggan dengan sigap, cepat, dan tepat. Ini melibatkan memberikan layanan dengan kecepatan yang sesuai dan menyelesaikan masalah dengan efektif Tjiptono (2016). Dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) ini memperoleh nilai *gap* negatif yaitu sebesar -0,8600 dikarenakan harapan pelanggan lebih besar daripada persepsi. Nilai *gap* berasal dari selisih antara nilai rata - rata persepsi dan nilai rata – rata harapan sebesar 3,2667 dan 4,1266. Pada pengolahan data yang dilakukan, maka didapatkan atribut daya tanggap (*Responsiveness*) yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu CV. Berkah Restu Alam memberikan tindakan yang benar dan sigap (P4) dengan nilai *gap* 0,1667 sedangkan untuk nilai *gap* terkecil yaitu CV. Berkah Restu Alam memberikan tindakan yang cepat dalam menangani masalah produksi (P3) dengan nilai *gap* -2,3000.

Importance-Performance Analysis (IPA) adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan. Dalam esensinya IPA mengkombinasikan pengukuran pada dimensi kepuasan dan kepentingan ke dalam dua grid. Kemudian, kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalam nilai kepentingan sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai kepuasan sebagai sumbu diagonal. Kemudian, menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kepuasan itu sebagai pusat pemotongan garis. Nilai rata-rata yang diperoleh menjadi garis pembatas antar koordinat. Gambar Kartesius ini memiliki empat kuadran yang masing-masing mewakili kondisi yang berbeda dari faktor pelayanan.

1 Pada kuadran 1, faktor pelayanan yang tinggi adalah Kehandalan (*Reliability*) dan Jaminan (*Assurance*). Pelanggan merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga produktivitas meningkat karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan dari perusahaan dibandingkan pesaing. Dalam konteks ini, perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan dan memberikan kualitas layanan yang

diinginkan.

2 Pada kuadran 2, faktor pelayanan yang tinggi adalah Kehandalan (*Reliability*) dan Bukti Fisik (*Tangible*). Pelanggan dapat melihat dan merasakan kualitas dari layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan produktivitas perusahaan. Bukti fisik ini meliputi elemen-elemen seperti fasilitas, peralatan, dan tampilan visual yang diberikan oleh perusahaan yang secara langsung mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas layanan yang diberikan.

3 Pada kuadran 3, faktor pelayanan yang tinggi adalah Empati (*Empathy*) dan Daya Tanggap (*Responsiveness*). Perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas dan produktivitas pelanggan. Hal ini sangat penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan karena perusahaan dapat memahami dan merespons kebutuhan mereka dengan lebih baik.

4 Pada kuadran 4, faktor pelayanan yang rendah adalah Kehandalan (*Reliability*) dan Bukti Fisik (*Tangible*). Pelanggan tidak merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga produktivitas menurun karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan dari pesaing yang lebih terpercaya. Dalam hal ini, perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan dan memberikan bukti fisik yang lebih baik untuk membangun kepercayaan pelanggan.

Dengan memahami kondisi faktor pelayanan dalam hubungannya dengan produktivitas perusahaan dan kepuasan pelanggan melalui tabel ini, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan layanan dan produktivitas mereka. Tabel ini juga dapat membantu perusahaan memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan bagi pelanggan sehingga mereka dapat mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan pertumbuhan bisnis

5.2 Pengaruh *Service Management* Terhadap Produktivitas *Stone Crusher*

Berdasarkan hasil analisis *gap* harapan dan persepsi pelanggan CV. Berkah Restu Alam diketahui bahwa keseluruhan skor *gap* rata-rata untuk kelima dimensi mendapatkan skor *gap* negatif. G*ap* dengan nilai skor negatif pada semua dimensi pernyataan menunjukkan adanya kebutuhan untuk

meningkatkan *vertical* dan *horizontal* dari kualitas produk, harga, *service quality, emotional factor*, biaya dan kemudahan.

Proses ini dilakukan untuk menemukan *service management* yang penting untuk memenuhi produktivitas pada *stone crusher* yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dasar untuk mengetahui aspek tingkat layanan adalah skor dimensi dengan nilai kesenjangan tertinggi. Pemilihan skor dimensi dengan nilai kesenjangan tertinggi sebagai dasar untuk mengetahui aspek tingkat layanan dikarenakan skor tersebut menunjukkan adanya perbedaan dalam penyampaian tingkat layanan.

Dari analisis kesenjangan pengguna layanan, diketahui bahwa dimensi yang penyampaian layanannya belum terpenuhi adalah jaminan (*Assurance*). Dimensi jaminan (*Assurance*) merupakan dimensi yang berhubungan dengan biaya dan kemudahan bagi pelanggan. Dalam dimensi jaminan (*Assurance*) terdapat faktor-faktor yang membentuk dimensi, sehingga dari faktor tersebut dapat dilihat aspek tingkat layanan yang perlu dipenuhi agar penyampaian dimensi bisa lebih terpenuhi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Muflihah (2015), yang menyatakan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna layanan, yakni harapan pengguna layanan lebih tinggi namun belum sesuai dengan persepsi pengguna layanan. Serta terdapatnya analisis kesenjangan pengguna layanan, yang terlihat dari salah satu dimensi pernyataan. Hal tersebut dikarenakan masih banyak variabel-variabel yang belum memenuhi harapan pelanggan.

Dan berdasarkan hasil uji t untuk kelima variabel diperoleh hasil dengan nilai semua variabel memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Arfah et al (2021) yang mendapatkan hasil bahwasannya *quality management* memiliki pengaruh terhadap faktor-faktor produktivitas, yang dalam hal ini dikategorikan baik.

BAB VI
PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dari hasil analisis diperoleh bahwasannya *service management* memiliki pengaruh terhadap produktivitas pada stone crusher CV. Berkah Restu Alam menggunakan metode *service quality*. Pada kuadran 1, faktor pelayanan yang tinggi adalah Kehandalan (Reliability) dan Jaminan (Assurance). Pelanggan merasa aman dan percaya pada layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga produktivitas meningkat karena pelanggan lebih memilih menggunakan layanan dari perusahaan dibandingkan pesaing. Dalam konteks ini, perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan dan memberikan kualitas layanan yang diinginkan. Pada kuadran 2, faktor pelayanan yang tinggi adalah Kehandalan (*Reliability*) dan Bukti Fisik (*Tangible*). Pelanggan dapat melihat dan merasakan kualitas dari layanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan produktivitas perusahaan. Bukti fisik ini meliputi elemen-elemen seperti fasilitas, peralatan, dan tampilan visual yang diberikan oleh perusahaan yang secara langsung mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas layanan yang diberikan. Pada kuadran 3, faktor pelayanan yang tinggi adalah Empati (*Empathy*) dan Daya Tanggap (*Responsiveness*). Perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas dan produktivitas pelanggan. Hal ini sangat penting untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan karena perusahaan dapat memahami dan merespons kebutuhan mereka dengan lebih baik.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan penulis untuk penelitian selanjutnya:

1. Perusahaan

   Dalam rangka meningkatkan *service management* perusahaan terhadap produktivitas pada *stone crusher*, untuk kedepannya perusahaan harus lebih berkomitmen penuh untuk menerapkan kualitas produk, harga, *service quality, emotional factor*, biaya dan kemudahan untuk pelanggan.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai sumber referensi, inspirasi, wawasan untuk melakukan penelitian serupa ataupun mengembangan penelitian dengan variabel-variabel lain yang berhubungandan dapat meningkatkan *service management* terhadap produktivitas..

DAFTAR PUSTAKA

Arfah,M., Wirda, N.AK., Muhammad, P.P.O. 2021. Pengaruh Total Quality Management Terhadap Produktivitas Karyawan Di Dinas Perdagangan Dan Perindustrian Langkat. *Journal Energy and Engineering*. Vol 4(1)

Annafi, W. A. 2021. *Pengaruh Gaji, Program Pelayanan dan Kondisi Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan*. Skripsi. Universitas Islam Malang : Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Iqbal, M. 2017. Pengaruh Preventive Maintenance (Pemeliharaan Pencegahan) dan Breakdown Maintenance (penggantian Komponen Mesin) Terhadap Kelancaran Proses Produksi Di PT. Quarryndo Bukit Barokah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (ALMANA).* Vol. 1 No. 3.

Jiwantara, K., Sutrisno, A., & Neyland, J. S. C. (2012). Penyuluhan Bahasa Indonesia Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara. *Jurusan Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado, 1*(1), 1–11.

Manalu, M. R. Dan Siringoringo, R. 2020. Bangun Aplikasi Untuk Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademis AMIK Imelda Medan dengan Menggunakan Algoritma Servqual. *Jurnal Teknik Informasi*. Vol. 5.

Muflihah, Yusrida. 2015. *Peningkatan Service Level Management Pada Layanan Helpdesk Berdasarkan Analisis Kesenjangan Pada Pengguna Layanan dan Penyedia Layanan (Studi Kasus: PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur)*. Skripsi. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November.

Nasron, dan Tri Bodro Astuti. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja (Studi Pada Karyawan Bagian Produksi PT Mazuvo Indo)*. Skripsi. Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala. Hal 4-6

Nugraha, Luthfi dan Yuniar, Ambar Harsono. Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Bahasa Inggris Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) di LBPP LIA Martadinata Kota Bandung

Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, *12*(1), 1. https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827

Prawirosentono, S. 2010. *Manajemen Produksi*. Jakarta:Bumi Aksara. Produksi Andesit dalam Penerapan Metode Antrian di PT. Koto Alam

Safitri, Y. Dan Mursid, M. S. 2017. Analisis Manajemen Fleet Pada Kegiatan Sejahtera Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Bina Tambang*. Vol. 3 No. 4.

Suwarto. 2009. Berbagai Pandangan Tentang Produktivitas. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 9 No.1 hal 87-89

Thomas, A. Dan Rumbino, Y. 2021. Evaluasi Kinerja Crushing Plant Dalam Upaya Meningkatkan Produksi Material Batu Pecah Di CV. Sumber Jaya Atambua Kabupaten Belu Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Teknologi*. Vol. 15(1).