

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
PELAYANAN JASA PEMBIAYAAN KREDIT SEPEDA  
MOTOR PADA PT ADIRA DINAMIKA MULTI  
FINANCE Tbk**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
**Gelar SARJANA EKONOMI**  
Program Studi Manajemen

**Nama : SARY HIRMAYANI**  
**Nim : 43105110131**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2007**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SARY HIRMAYANI  
Nim : 43105110131  
Program studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA PEMBIAYAAN KREDIT SEPEDA MOTOR PADA PT ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE Tbk  
Tanggal Ujian Skripsi : 06 OKTOBER 2007

Disahkan Oleh :  
Pembimbing

Rina Astini, SE, MM  
Tgl 05 Agustus 2007

MERCU BUANA

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi  
Manajemen

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Hadri Mulya, M.si  
Tgl

Tafiprios, SE, MM  
Tgl



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, nikmat iman, nikmat sehat dan nikmat rizki yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Adapun skripsi ini diajukan sebagai syarat salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA KREDIT SEPEDA MOTOR PADA PT ADIRA DINAMIKA MULTIFINANCE, TBK CABANG BOGOR”..**

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu baik materi, tenaga, dan pikiran dalam kegiatan perkuliahan. maupun penulisan skripsi ini.

1. Bapak dan Ibu orang tua penulis atas kasih sayangnya, atas kesabarannya mendidik, mengatur dan memberikan yang terbaik bagi penulis. Thanks mom and dad atas dukungan dan kasih sayangnya, ibu sabar banget dalam mendidikku sehingga seperti sekarang ini, penulis sangat bangga kepada kedua orang tua penulis yang sangat penulis sayangi.
2. Adik kandung penulis Adim dan Rany yang sangat penulis sayangi. Kalian memang adik yang sangat penulis banggakan.
3. Ibu Rina Astini selaku pembimbing yang sudah banyak membantu dalam menyusun skripsi ini tanpa bantuan ibu Rina, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Para dosen pengajar PKK Universitas Mercu Buana untuk semua matakuliah tanpa terkecuali yang telah banyak mendidik dan mengajar untuk penulis.
5. Bapak Ahmad Yani selaku kepala cabang bogor tempat penulis melakukan penelitian, bapak sudah banyak membantu saya sehingga skripsi ini selesai dengan baik, atas dukungannya kepada penulis dan selaku atasan beliau sangat tegas dan banyak memberikan bantuan baik moril maupun materil.
6. Bapak ferdinan toele selaku HRD GA Head yang telah banyak membantu dalam memberikan data-data yang sangat penulis butuhkan untuk penelitian ini.
7. Para karyawan PT Adira Dinamika Multifinance cabang bogor atas segala informasinya. Para SPG selaku bawahan penulis tempat bekerja dan tempat melakukan penelitian, mereka banyak membantu penulis dalam mengumpulkan hasil kuisioner.
8. My lovely ...thanks for your support and your love..love you nubiku.

Penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna walau penulis telah berusaha secara maksimal, semoga apa yang telah penulis coba tuangkan dalam skripsi ini dapat banyak membantu dalam mendapatkan informasi baik untuk mahasiswa pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Jakarta ,05 Agustus 2007

Penulis

**Sary Hirmayani**

## DAFTAR ISI

|                                                       |      |
|-------------------------------------------------------|------|
| <b>Halaman Sampul Dalam</b> .....                     | i    |
| <b>Halaman Pengesahan Skripsi</b> .....               | ii   |
| <b>Kata Pengantar</b> .....                           | iii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | v    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                            | vii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | viii |
| <br><b>BAB I     PENDAHULUAN</b>                      |      |
| A. Latar Belakang Masalah.....                        | 1    |
| B. Perumusan Masalah .....                            | 3    |
| C. Pembatasan Masalah .....                           | 3    |
| D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....               | 4    |
| <br><b>BAB II     LANDASAN TEORITIS</b>               |      |
| A. Definisi Jasa .....                                | 5    |
| B. Bauran Pemasaran Jasa .....                        | 7    |
| C. Pemasaran Jasa .....                               | 8    |
| D. Pengertian Pelanggan dan Pelayanan Pelanggan ..... | 11   |
| E. Mempertahankan Pelanggan .....                     | 12   |
| F. Kepuasan Pelanggan atau Konsumen .....             | 13   |
| G. Pengertian Pembiayaan Konsumen .....               | 18   |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| H. Alasan Peminjam Mempergunakan Fasilitas Pembiayaan       |           |
| Konsumen .....                                              | 20        |
| I. Mekanisme Transaksi Pembayaran Konsumen .....            | 21        |
| J. Kerangka Pemikiran .....                                 | 24        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>                        |           |
| A. Gambaran Umum PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk ...   | 27        |
| B. Visi dan Misi PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk. .... | 34        |
| C. Focus Bisnis Adira .....                                 | 36        |
| D. Desain Penelitian .....                                  | 38        |
| E. Metode Pengumpulan Data .....                            | 39        |
| F. Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel .....           | 40        |
| G. Teknik Analisa Data .....                                | 42        |
| <b>BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>      |           |
| A. Analisis Hasil Penelitian .....                          | 47        |
| B. Diagram Kartesius .....                                  | 68        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                           |           |
| A. Kesimpulan .....                                         | 73        |
| B. Saran .....                                              | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                 | <b>78</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                       | <b>79</b> |

## DAFTAR TABEL

| Nomor                                                                                                                                                                                                                                  | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Tabel 4(X1).1.Tingkat Kepuasan Responden terhadap Kecepatan informasi Persetujuan Pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan. ....                                                                         | 48      |
| 2. Tabel 4(X1).2.Penilaian Responden Terhadap Kecepatan Informasi Persetujuan Pembiayaan Sepeda Motor Pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan .....                                                                                | 48      |
| 3. Tabel 4(X1).3.Tingkat Kepuasan Responden terhadap pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu .....                                                                                      | 50      |
| 4. Tabel 4(X1).4.Penilaian Responden terhadap pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu.....                                                                                              | 50      |
| 5. Tabel 4(X1).5Tingkat kepuasan responden terhadap Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira..... | 52      |
| 6. Tabel 4(X1).6 Penilaian responden terhadap Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira .....      | 52      |

|                    |                                                                                                                                                                       |    |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 7. Tabel 4(X1).7   | Tingkat kepuasan responden terhadap Pelayanan jaminan kembali BPKB ( <i>Refinancing</i> ) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah Adira Finance..... | 54 |
| 8. Tabel 4(X1).8   | Penilaian responden terhadap Pelayanan jaminan kembali BPKB ( <i>Refinancing</i> ) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah Adira Finance             | 54 |
| 9. Tabel 4(X2).9   | Tingkat kepuasan responden terhadap kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul .....                                                  | 56 |
| 10. Tabel 4(X2).10 | Penilaian responden terhadap kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul .....                                                         | 56 |
| 11. Tabel 4(X2).11 | Tingkat kepuasan responden terhadap Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.....                                                  | 57 |
| 12. Tabel 4(X2).12 | Penilaian responden terhadap Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan. ....                                                        | 58 |
| 13. Tabel 4(X3).13 | Tingkat kepuasan responden terhadap Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan..                                                                      | 59 |
| 14. Tabel 4(X3).14 | Penilaian responden terhadap Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. ....                                                                         | 59 |

|                                                                                                                                                                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 15. Tabel 4(X3).15 Tingkat kepuasan responden terhadap PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan .....                                                                                                  | 61 |
| 16. Tabel 4(X3).16 Penilaian responden terhadap PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan. ....                                                                                                         | 61 |
| 17. Tabel 4(X4).17 Tingkat kepuasan responden terhadap Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan .....                                                                                                                             | 63 |
| 18. Tabel 4(X4).18 Penilaian responden terhadap Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.....                                                                                                                                     | 63 |
| 19. Tabel 4(X5).19 Tingkat kepuasan responden terhadap Kebersihan dan kerapian ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah.....                                                                                                                    | 64 |
| 20. Tabel 4(X5).20 Penilaian responden terhadap Kebersihan dan kerapian ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah .....                                                                                                                          | 65 |
| 21. Tabel 4.21 Perhitungan Rata-rata dari Penilaian Kinerja/ Pelaksanaan dan Penilaian Kepuasan Responden (Nasabah PT. Adira Dinamika Multifinance) pada faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk. .... | 66 |
| 22. Tabel 4.22 Ringkasan Perhitungan Rata-rata dari kepuasan pelanggan PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk. ....                                                                                                                                      | 67 |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomor                                                                                                                                    | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Gambar 2.1 Model kerangka berfikir .....                                                                                              | 25      |
| 2. Gambar 2.2 Lima criteria penentu kualitas jasa pelayanan PT. Adira<br>Dinamika Multifinance, Tbk.....                                 | 26      |
| 3. Gambar 3.1 Stuktur organisasi PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk<br>cabang Bogor .....                                              | 31      |
| 4. Gambar 3.2 Jumlah karyawan PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk<br>cabang Bogor .....                                                 | 32      |
| 5. Gambar 3.3 Pendidikan Karyawan PT. Adira Dinamika Multifinance,<br>Tbk cabang Bogor.....                                              | 33      |
| 6. Gambar 3.4 Workflow Perusahaan Pembiayaan .....                                                                                       | 37      |
| 7. Gambar 3.5 Operational Variabel .....                                                                                                 | 41      |
| 8. Gambar 3.6 Diagram Kartesius .....                                                                                                    | 45      |
| 9. Gambar 4.1 Diagram kartesius dari faktor-faktor yang mempengaruhi<br>kepuasan pelanggan PT. Adira Dinamika Multifinance,<br>Tbk ..... | 69      |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada jaman modern saat ini masyarakat umumnya memilih kredit untuk pembelian barang kebutuhan saat ini, berbagai macam cara agar barang kebutuhan yang diinginkan dapat dimiliki tanpa mengganggu kelancaran keuangan/chas flow masyarakat pada umumnya. Masyarakat saat ini cenderung memilih kredit karena keterbatasan keuangan yang mereka miliki untuk membeli secara chas/tunai, masyarakat pasti berfikir dua kali untuk memilih chas karena mereka menganggap dari pada untuk membeli secara tunai lebih baik memilih dengan membeli secara kredit karena uang yang mereka gunakan biasanya untuk berbagai macam alasan, ada yang memilih kredit karena keterbatasan dana yang mereka miliki, karena dana yang ada untuk kelancaran usaha, karena dana untuk kebutuhan lain atau lainnya. Kondisi ini juga dikarenakan tingginya tingkat kebutuhan saat ini yang menuntut masyarakat untuk mempertahankan, memutar dan mengatur keuangannya dengan sebaik-baiknya agar tidak sampai besar pasak dari pada tiang atau lebih besar pengeluaran dibandingkan pemasukan saat ini.

Ada berbagai macam cara saat ini yang dipilih masyarakat sebagai alternative untuk memiliki kendaraan seperti memilih perusahaan pembiayaan kredit sepeda motor yang seperti perusahaan-perusahaan pembiayaan saat ini yang sudah banyak berkembang secara pesat dan semakin maju. Jumlah lembaga

keuangan non bank sejak keluar dari krisis moneter di tahun 1997-1998 semakin meningkat khususnya perusahaan leasing yang lebih dikenal dengan nama perusahaan pembiayaan (*leasing*). Saat ini jumlahnya kurang lebih mencapai 132 perusahaan (skala nasional) yang dalam kegiatannya hanya menyalurkan kredit untuk perusahaan maupun perorangan. Dengan persaingan yang sedemikian ketat antar perusahaan leasing PT Adira Dinamika Multi finance Tbk banyak dipilih oleh masyarakat dalam memilih kredit sepeda motor dibandingkan dengan pesaingnya saat ini seperti FIF, WOM, OTO, BAF dan masih banyak leasing lain yang menawarkan kredit kepada masyarakat saat ini.

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan Pembiayaan/Leasing dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, promosi diantara sekian banyaknya perusahaan Pembiayaan. Kondisi penjualan saat ini PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk dituntut untuk lebih memprioritaskan dan memperhatikan pelayanan kepada konsumen yang menggunakan jasa pembiayaan yang dipilih konsumen untuk kredit sepeda motor, karena dengan pelayanan yang berbeda dengan perusahaan pembiayaan lain akan membuat nilai tambah dibandingkan dengan yang lain.

Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan konsumen serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Pelanggan/konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan laba dan bahkan kerugian. Untuk

itulah maka PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan apakah telah dipenuhinya.

Hal tersebut diatas mengundang tantangan dalam pembuatan skripsi ini untuk mengetahui tentang pelayanan jasa kredit sepeda motor dan mencoba menganalisis hubungan tersebut pada PT. Adira Dinamika Multi finance Tbk cabang bogor dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN JASA PEMBIAYAAN KREDIT SEPEDA MOTOR PADA PT ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE TBK CABANG BOGOR”**.

## **B. Perumusan Masalah**

Dengan semakin pesatnya bisnis internasional, transportasi menjadi suatu sektor yang sangat penting dan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama. Dengan kondisi ini dan berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahannya dapat dirumuskan yaitu : ”Bagaimana pelayanan jasa kredit sepeda motor pada PT Adira Dinamika Multifinance Tbk cabang bogor terhadap tingkat kepuasan konsumen.”

## **C. Pembatasan Masalah**

Pada perumusan masalah diatas maka penulis membatasi masalah ini dengan menganalisis sejak bulan Juni 2007 sampai dengan bulan Juli 2007. Penulis meneliti sebatas pelanggan PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk cabang

Bogor yang kredit sepeda motornya dibiayai oleh Adira Finance atau khusus konsumen yang membayar angsuran dikantor Adira finance.

#### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Adapun tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur pelayanan menurut pelanggan dan kinerja yang telah dilakukan oleh PT Adira Dinamika Multifinance,Tbk. Kinerja yang dianggap baik berarti memuaskan.
2. Sebagai pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi (seluruh unit didalamnya) kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan agar para pelanggan merasa puas sehingga menjadi sumber dari keunggulan daya saing yang berkelanjutan.
3. Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap pelanggan, terutama pimpinan harus memperhatikan hal-hal atau atribut apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan agar mereka merasa puas.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Definisi Jasa**

Menurut Philip Kotler (2000:428) definisi dari suatu yang dinamakan jasa adalah:

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk jasa.

Sedangkan menurut William J Stanton bahwa :

Jasa adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba yang memenuhi kebutuhan dan tidak perlu terikat dengan penjualan suatu produk atau jasa lain untuk menghasilkan jasa nyata

Dapat disimpulkan bahwa jasa adalah suatu kegiatan yang ditawarkan atau dapat diberikan suatu atau beberapa pihak lain yang dapat memberikan manfaat serta dibutuhkan dan diinginkan, sehingga tidak dikaitkan dengan suatu produk atau jasa lain. Biasanya produk-produk yang dipasarkan menyajikan beberapa jasa pelayanan. Komponen pelayanan ini bisa merupakan sebagian kecil atau sebagian besar dari keseluruhan yang ditawarkan tersebut dapat berkisar dari semata-mata jasa.

Menurut Philip khotler karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

### **1. Tidak berwujud (*Intangible*)**

Sifat jasa tidak berwujud artinya adalah bahwa suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan tidak dapat dilihat, didengar atau dicium sebelum membelinya, misalnya pasien dalam kantor psikiater tidak dapat diramalkan hasil yang akan terjadi dari terapi pasien sebelumnya.

### **2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)**

Pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, tidak seperti barang fisik yang diproduksi kemudian disimpan, selanjutnya dijual dan kemudian dikonsumsi. Jasa tidak terpisahkan berarti bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediaannya, baik manusia maupun mesin. Pada umumnya jasa dikonsumsi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut, dan hal ini tidak berlaku bagi barang fisik yang diproduksi, ditempatkan pada persediaan dan didistribusikan ke berbagai pengecer dan akhirnya dikonsumsi.

### **3. Keanekaragaman (*Variability*)**

Jasa senantiasa mengalami perubahan tergantung dari siapa yang menyediakan jasa, disamping waktu, tempat dan lokasi bagaimana jasa tersebut disediakan. Barang jasa yang sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah. Karena jasa tergantung pada siapa yang menyediakan dan dimana disajikan. Pemberi akan berhati-hati terhadap keragaman ini dan seringkali membicarakannya dengan yang lain sebelum memilih seseorang penyedia jasa.

#### 4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Jasa tidak tahan lama artinya jasa tidak dapat disimpan kemudian untuk dijual ataupun dipakai kemudian, karena keberadaan nilai jasa hanya pada titik tertentu.

#### B. Bauran Pemasaran Jasa

Definisi bauran pemasaran menurut Andrian Payne (1993 : 124) adalah :

Elemen-elemen penting dalam bagian penyusunan program pemasaran perusahaan. Dalam elemen tersebut menentukan pula kesuksesan perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran dan menentukan target pasar.

Menurut Andrian Payne (1993 :124) ada tujuh elemen marketing mix, yaitu :

##### a. *The Service Product*

Produk adalah konsep keseluruhan dari suatu obyek ataupun proses yang dapat memberikan nilai bagi konsumen, barang atau jasa merupakan dua macam produk. Pada kenyataannya konsumen bukan membeli pokok atau nilai pokok dari semua penawaran.

##### b. *Price The Service*

Harga merupakan hal penting menciptakan image atau jasa tersebut, disamping dapat menciptakan persepsi konsumen akan kualitas suatu jasa.

##### c. *Promotion and Communication of Service*

Yaitu suatu program komunikasi yang berhubungan dengan pemasaran dari produk atau jasa.

d. *Price Service Location atau Channels*

Yaitu fungsi distribusi dan logistik dalam pembuatan produk perusahaan serta berhubungan dengan tempat dan fasilitas dalam hal pelayanan.

e. *Customer Service*

Beberapa alasan yang menyebabkan customer service termasuk dalam bauran pemasaran. Yaitu dikarenakan makin tingginya harapan konsumen atas pelayanan yang diperoleh, dan semakin penting adanya customer service serta menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumennya.

f. *People*

Saat ini elemen manusia merupakan bagian dari perbedaan dalam usaha jasa dalam menciptakan suatu nilai tambah serta memperoleh keuntungan bersaing.

g. *Process*

Yaitu suatu prosedur, mekanisme dan rutinitas dimana suatu pelayanan tercipta dan diberikan kepada konsumen.

### **C. Pemasaran Jasa**

Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk menurut Freddy Rangkuti (2000 : 19) yaitu :

1. Pemasaran jasa lebih bersifat *intangible* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba.

2. Produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Hal ini lebih sulit dari pada pengawasan produk fisik.
3. Interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk dapat mewujudkan produk yang dibentuk

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam konsep manajemen jasa pelayanan yaitu :

- 1. Memuaskan suatu strategi pelayanan**

Strategi ini dimulai dengan perumusan suatu tingkat keunggulan yang dijanjikan kepada pelanggan, yang pada dasarnya merumuskan juga bidang usaha, segmen pasar, dan nilai yang akan diberikan kepada pelanggan.

- 2. Mengkonsumsikan kualitas kepada pelanggan**

Strategi telah dirumuskan kemudian dikomunikasikan kepada pelanggan. Hal ini membantu pelanggan agar tidak salah menafsirkan tingkat kepentingan yang akan diperoleh pelanggan harus mengetahui dengan jelas mengenai macam dan tingkat pelayanan yang akan diperolehnya.

- 3. Menetapkan suatu standar kualitas secara jelas**

Walaupun penetapan standar kualitas pelayanan dalam bidang jasa pelayanan tidak mudah, hal ini perlu diusahakan agar setiap orang mengetahui dengan jelas tingkat kualitas yang harus dicapai.

#### **4. Menerapkan sistem pelayanan yang efektif**

Menghadapi pelanggan tidaklah cukup hanya dengan senyum dan keramah tamahan, tetapi perlu menggunakan system yang terdiri dari metode dan prosedur untuk dapat memenuhi kebutuhan secara tepat.

#### **5. Karyawan yang berorientasi kepada kualitas pelayanan.**

Perusahaan harus dapat memperhatikan karyawan yang tepat dan melakukan pengawasan secara terus menerus bagaimana pelayanan tersebut harus disampaikan.

#### **6. Survei tentang kepuasan dan kebutuhan pelanggan.**

Pihak yang menentukan kualitas jasa pelanggan adalah pelanggan. Karena itu, perusahaan perlu mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan dan kebutuhan pelanggan yang perlu dipenuhi oleh perusahaan. Informasi tersebut didapatkan melalui survey secara periodic kepada pelanggan.

Dari definisi dan penjelasan diatas pemasaran jasa terasa lebih sulit dibandingkan pemasaran barang kerana pemasaran jasa lebih bersifat kasat mata dan manfaatnya langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga bila pelayanan yang diberikan oleh karyawan tidak dapat memenuhi harapan maka jasa tersebut mendapatkan respon yang kurang baik untuk itu perusahaan jasa harus dapat menetapkan manajemen jasa yang baik sehingga tujuan akhir untuk memuaskan pelanggan dapat terwujud, maka sebaiknya perusahaan menerapkan standar kualitas sehingga mempunyai tolak ukur untuk diterapkan dalam pencapaian tujuan tersebut.

#### **D. Pengertian Pelanggan dan Pelayanan Pelanggan**

Definisi pelanggan menurut Webster's 1928 Dictionary, Rambat Lupiyoadi (2000 : 144) adalah :

**Seorang yang secara continue dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya datang memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.**

Definisi tersebut memberikan penjelasan bahwa pelanggan akan melakukan pengorbanan dengan mengeluarkan sejumlah uang untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang ditawarkan dan mendapatkan kepuasan sehingga menginginkan pemuasan tersebut dengan kualitas dan pelayanan yang sama dengan mendatangkan atau membeli barang atau jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan serta harapan.

Manusia sebagai makhluk sosial sangat tergantung pada sesamanya karena tidak mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Seperti halnya pelayanan jasa yang menurut moenir (1995 :8) adalah :

**Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu ia merupakan proses, sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena hal itu dapat ditetapkan standar baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya, dengan adanya standar, manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar supaya hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.**

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan khususnya yang bergerak pada bidang jasa kepada pelanggan adalah suatu proses interaksi sosial yang pada akhirnya berkembang menjadi proses komersial dan psikologis. Adanya proses

komersial karena apabila terkait pada masalah transaksi jual beli, negosiasi harga, kerjasama dan lainnya juga menyangkut masalah psikologis bila ada keterkaitan batin atau kesamaan ide, pemikiran antara staf perusahaan.

#### **E. Mempertahankan Pelanggan**

Dengan semakin ketatnya persaingan, maka perusahaan merasa perlu untuk mempertahankan pelanggannya. Terdapat berbagai cara untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, antara lain :

1. Memberikan potongan harga kepada pelanggan setia.
2. Memberikan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing, sehingga pelanggan merasa puas dan tidak akan beralih ke pesaing.

Kiat pemasaran yang dapat digunakan perusahaan untuk mengembangkan ikatan serta kepuasan pelanggan yang lebih kuat menurut Berry dan Parasumaran (1985 : 45) ada tiga pendekatan penciptaan nilai pelanggan, yaitu :

1. *Pendekatan I* adalah memberikan keuntungan financial bagi pelanggan.

*Misalnya* : Adira mengadakan program hadiah langsung dan diskon DP motor untuk pelanggan yang sudah pernah ambil di adira dengan fasilitas tanpa survey ulang.

2. *Pendekatan II* adalah meningkatkan ikatan sosial antara perusahaan dengan pelanggan dengan cara mempelajari kebutuhan masing-masing pelanggan serta memberikan pelayanan yang lebih pribadi sifatnya

3. *Pendekatan III* adalah meningkatkan ikatan struktural.

Pemasaran yang didasarkan pada hubungan dengan pelanggan merupakan kunci mempertahankan pelanggan dan mencakup pemberian keuntungan finansial serta sosial disamping ikatan structural dengan pelanggan. Perusahaan harus memutuskan seberapa banyak pemasaran berdasarkan hubungan harus memutuskan seberapa banyak pemasaran berdasarkan hubungan harus dilakukan pada masing-masing segmen pasar dan pelanggan, dari tingkat pemasaran biasa, reaktif, bertanggung jawab, proaktif sampai kemitraan penuh.

**F. Kepuasan Pelanggan atau Konsumen**

Tingkat kepuasan pelanggan tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Menurut Philip Kotler (2000 : 41) didefinisikan sebagai berikut :

*“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.*

Kepuasan tidak dapat diukur sebab banyak pelanggan yang hanya merasa puas mudah untuk berubah pikiran bila mendapatkan tawaran-tawaran yang lebih baik dan kepuasan atau ketidakpuasan merupakan evaluasi dari emosi setiap individu.

Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan suatu harapan dari konsumen dalam mencapai apa yang diinginkan, namun harus berhati-hati karena harapan yang sesuai dengan kemauan konsumen belum tentu atau tidak berarti bahwa telah

terjadi pencapaian kepuasan oleh konsumen, meskipun harapannya telah terpenuhi tetapi mungkin masih terjadi ketidakpuasan.

Teddy Prawita (1993 : 2) juga menjelaskan bahwa :

*Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan diartikan sebagai penilaian antara harapan pra pembelian dengan kinerja yang dirasakan pada purna pembelian dengan produk atau jasa.*

Dengan demikian walaupun sulit untuk mengukur kepuasan atau ketidakpuasan setidaknya perusahaan memiliki strategi yang menyangkut pada kepuasan melalui penyusunan strategi perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan daya saing yang berkelanjutan bagi masa mendatang.

Terdapat dimensi kualitas jasa yang dapat dibedakan menjadi sepuluh criteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa menurut Freddy Rangkuti (2002 : 29), yaitu :

1. *Reliability* (Keandalan)
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
3. *Competence* (Kemampuan)
4. *Acces* (Mudah diperoleh)
5. *Courtesy* (Keramahan)
6. *Communication* (Komunikasi)
7. *Credibility* (Dapat dipercaya)
8. *Security* (Keamanan)
9. *Understanding / Knowing the Customer* (Memahami Pelanggan)

#### 10. *Tangibles* (Bukti nyata yang kasat mata)

Kesepuluh dimensi diatas dapat disederhanakan menjadi lima dimensi yaitu :

1. *Responsiveness* (Ketanggapan), yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
2. *Reliability* (Keandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Empathy* (empati), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.
4. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
5. *Tangibles* (Bukti langsung), meliputi fasilitas fisik perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan. Pada tingkat mikro pengetahuan tentang kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat sebagai berikut :

- a. Sebagai indikator kemampuan berkala perusahaan, khususnya sebagai pertimbangan dasar dalam perencanaan program pemasaran. Konsep kepuasan pelanggan menjadi dasar dari pengembangan berbagai model perilaku konsumen.

- b. Berfungsi sebagai pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan, sehingga menjadi sumber dari keunggulan daya saing berkelanjutan.
- c. Sebagai dasar untuk :
  - 1. Menelusuri berbagai masalah yang dihadapi perusahaan dalam kurun waktu serta indentifikasi kebutuhan pelanggan.
  - 2. Alokasi sumber daya dan dana perusahaan untuk meningkatkan kualitas.
  - 3. Memperbaiki proses manajemen, produk dan service.
- d. Motivasi dan kepemimpinan, yakni memberikan energi dan arah kepada usaha dari karyawan.
- e. Mengadakan auditing.
- f. Sebagai barometer tentang tingkat pencapaian kualitas.

Pada tingkat makro, kepuasan pelanggan memberikan manfaat berupa indicator ekonomi nasional. Oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi nilai dasar yang penting bagi pemerintah dan masyarakat berhubungan menunjukan kualitas hidup rakyat Negara yang bersangkutan.

Hubungan antara tingkat kepuasan mikro dan makro, yakni bahwa peningkatan kualitas pada tingkat perusahaan menjadikan ekonomi nasional lebih kompetitif dalam persaingan global. Suatu perusahaan yang mampu memuaskan pelanggannya merupakan pertanda tentang suksesnya perusahaan tersebut dan memiliki prospek cerah.

Pada dasarnya pengertian kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi pengertian kepuasan

pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Seperti seorang calon nasabah yang menginginkan motornya untuk segera dikirim tepat waktu, akan tetapi kenyataannya sering terlambat, sehingga mengecewakan/menimbulkan rasa tidak puas.

Meskipun timbul banyak kesulitan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, namun pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diukur. Pada hakikatnya pengukuran kepuasan pelanggan menyangkut penentuan 3 faktor, yaitu :

1. Pilihan tentang ukuran kinerja yang tepat.
2. Proses pengukuran secara normative.
3. Instrumen dan teknik pengukuran yang dipergunakan untuk menciptakan suatu indikator

Kita mengenal beberapa jenis ukuran kinerja sebagai berikut :

1. Ukuran kinerja *deskriptif* yang menyediakan wawasan tentang operasi suatu system tanpa menilai kualitas dari operasi itu.
2. Ukuran kinerja *evaluatif* menyediakan suatu norma atau ukuran yang dipergunakan sebagai pedoman untuk menilai situasi yang sebenarnya.
3. Ukuran kinerja *Ekonomis* merupakan bagian dari kinerja evaluatif yang berlandaskan norma ekonomis.

Proses pengukuran dimulai dari penentuan siapa yang menjadi pelanggan, kemudian dipantau dari tingkat kualitas yang diinginkan dan pada akhirnya formulasi strategi. Disini di analisis bagaimana posisi pesaing dan kemampuan kita. Artinya apakah pimpinan sudah memperhatikan hal-hal yang dianggap

penting oleh pelanggan, sehingga dapat memuaskan. Kalau kinerja (pelaksanaan) dinilai bagus/baik berarti dapat memuaskan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

### **G. Pengertian Pembiayaan Konsumen**

Kegiatan pembiayaan konsumen mulai diperkenalkan dalam usaha perusahaan pembiayaan pada waktu dikeluarkannya keputusan presiden nomor 61 tahun 1988 tentang lembaga pembiayaan yang diikuti dengan surat keputusan menteri keuangan No. 1251/KMK.014/1998, bersamaan dengan diperkenalkannya industri *multi finance*. Sejak awal diperkenalkan usaha jasa pembiayaan konsumen sudah menunjukkan tingginya minat konsumen untuk membeli barang kebutuhan konsumen (seperti mobil, sepeda motor, alat-alat rumah tangga, elektronika dan lain-lain) dengan cara mencicil secara berkala seiring dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat lapisan menengah ke bawah.

Pembiayaan konsumen berdasarkan surat keputusan menteri keuangan Nomor 1251/KMK.014/1998 adalah : “kegiatan pembiayaan yang melakukan kegiatan pembiayaan untuk pengadaan barang berdasarkan kebutuhan konsumen dengan system pembayaran angsuran atau berkala oleh konsumen”.

Dari definisi diatas terdapat beberapa hal yang perlu digaris bawahi dan merupakan dasar dari kegiatan pembiayaan konsumen, yaitu :

1. Pembiayaan konsumen merupakan salah satu alternative pembiayaan yang dapat diberikan kepada konsumen.
2. Obyek pembiayaan usaha jasa pembiayaan konsumen adalah barang kebutuhan konsumen, biasanya kendaraan bermotor, alat kebutuhan rumah tangga, computer, barang-barang elektronika dan lain sebagainya.
3. Sistem pembayaran angsuran dilakukan secara berkala, biasanya dilakukan perbulan dan ditagih langsung kepada konsumen.
4. Jangka waktu pengembalian, bersifat fleksibel, tidak terikat dengan ketentuan seperti *finance lease*.

Istilah-istilah yang sering digunakan dalam transaksi pembiayaan konsumen, yaitu:

1. *Kreditur/perseroan*, adalah perusahaan pembiayaan konsumen atau perusahaan pembiayaan yang telah mendapatkan izin usaha dari menteri keuangan.
2. *Debitur/peminjam*, adalah perorangan atau individu yang mendapatkan fasilitas pembiayaan konsumen dari kreditur.
3. *Supplier/Dealer/Developer*, adalah perusahaan atau pihak-pihak yang menjual atau menyediakan barang kebutuhan konsumen dalam rangka pembiayaan konsumen.
4. *Kontrak*, adalah perjanjian pembiayaan konsumen yang ditandatangani oleh dan antara *debitur* dan *kreditur*.
5. Transaksi pembiayaan yang biasa dilakukan oleh perusahaan pembiayaan adalah seperti *direct lease*, dimana dalam transaksi ini *debitur* belum

pernah memiliki barang kebutuhan konsumen yang akan menjadi objek pembiayaan konsumen yang akan menjadi objek pembiayaan konsumen. Dengan demikian *kreditur* atas nama *debitur* akan membeli barang kebutuhan konsumen tersebut secara langsung kepada *supplier/dealer/developer* dengan menggunakan nama debitur sebagai pemilik.

#### **H. Alasan Peminjam Mempergunakan Fasilitas Pembiayaan Konsumen**

Terdapat beberapa alasan sehingga peminjam mau mempergunakan fasilitas pembiayaan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan barang konsumsi, yaitu :

1. Tidak terlalu banyak persyaratan dibandingkan dengan sumber pembiayaan lainnya.
2. Tidak berorientasi pada jaminan (*Noncollateral basis*).
3. Tidak mengganggu keuangan konsumen, karena membutuhkan dana yang relative kecil.
4. Cepat pemrosesannya.
5. Pembayaran angsuran dapat dibayar melalui anggaran rutin bulanan konsumen dari pendapatan yang diterimanya.
6. Angsuran dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen.
7. Penyesuaian terhadap mata uang berdasarkan pendapatan yang diterima.
8. Pembayaran angsurannya tetap sehingga memudahkan pengaturan pengelolaan keuangan peminjam.

## **I. Mekanisme Transaksi Pembayaran Konsumen**

Mekanisme transaksi pembiayaan konsumen yang dilakukan oleh perusahaan hampir sama dengan mekanisme transaksi sewa guna usaha, mekanismenya adalah sebagai berikut :

### **1. Tahap Permohonan**

Untuk bisa mendapatkan fasilitas pembiayaan konsumen, debitur biasanya sudah mempunyai usaha yang baik dan/atau mempunyai pekerjaan yang tetap serta berpenghasilan yang memadai. Sebelum mengajukan permohonan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan konsumen, debitur harus mengajukan surat permohonan dengan melampirkan beberapa syarat seperti foto copy KTP calon peminjam/pemohon, foto copy penjamin suami,istri atau orang tua, rekening listrik asli dan surat keterangan usaha atau slip gaji.

Permohonan pembiayaan konsumen biasanya dilakukan oleh debitur ditempat *dealer/Supplier* penyedia barang kebutuhan konsumen yang telah bekerja sama dengan perusahaan pembiayaan.

### **2. Tahap pengecekan dan pemeriksaan lapangan**

*Marketing Officer* yang bertugas di dealer rekanan adira menerima order dari sales counter atau salesman dealer yang kemudian aplikasi dan data dikirim via fax atau handset ke kantor adira, kemudian diterima oleh TC (Trafic Coordinator) untuk didistribusikan ke surveyor untuk disurvei . *Surveyor* akan melakukan pengecekan atas kebenaran dari pengisian formulir aplikasi tersebut dengan melakukan analisis dan evaluasi terhadap data dan

informasi yang telah diterima, yang dilanjutkan dengan kunjungan ketempat calon peminjam, pengecekan ke tempat lain, dan observasi secara umum/khusus lainnya.

### **3. Tahap pembuatan *Customer Profile* dan laporan Hasil Survey Surveyor**

Berdasarkan hasil pemeriksaan lapangan, Surveyor akan membuat *customer profile* dan laporan hasil survey ke CSA (Credit Support Admin) untuk diinput kemudian diserahkan ke TC (Trafic Coordinator) bagian result/hasil survey yang kemudian diserahkan ke CA (Credit Analys).

*Customer Profile* dan Laporan survey dimana isinya menggambarkan tentang :

- a) Nama calon debitur dan istri/suami/penjamin
- b) Alamat dan nomor telepon
- c) Nomor KTP
- d) Pekerjaan
- e) Alamat kantor
- f) Kondisi yang sebenarnya dari nasabah menyangkut kapasitas/kemampuan
- g) Jenis dan tipe barang kebutuhan konsumen
- h) Kelayakan nasabah dan lain-lain.

### **5. Tahap pengajuan kredit kepada kredit komite**

Aplikasi dari *Marketing Officer* yang kemudian disurvei oleh *Surveyor* dan hasilnya dilaporkan ke komite kredit yaitu *Credit Analys (CA)*. Laporan hasil survey berupa surat kontrak perjanjian kredit biasanya terdiri

dari tujuan pemberian kredit, struktur fasilitas pembiayaan, latar belakang debitur, analisis resiko, dan saran serta kesimpulan.

#### **6. Keputusan Kredit Komite**

Keputusan kredit komite merupakan dasar bagi kreditur untuk melakukan pembiayaan atau tidak. Apabila permohonan debitur ditolak maka harus diberitahukan melalui surat penolakan sedangkan apabila disetujui maka Marketing Officer akan meneruskan tahap berikutnya.

#### **7. Tahap Pengikatan**

Berdasarkan keputusan komite kredit, biasanya bagian legal akan mempersiapkan pengikatan kontrak perjanjian pembiayaan.

#### **8. Tahapan pemesanan barang kebutuhan konsumen**

Setelah proses penandatanganan perjanjian dilakukan oleh kedua belah pihak, selanjutnya kredit akan melakukan pemesanan barang kepada supplier. Penerimaan pembayaran dari debitur kepada kreditur dapat juga dilakukan melalui *supplier/dealer*.

#### **9. Tahap Pembayaran Kepada supplier**

Setelah barang diserahkan oleh *supplier/dealer* kepada debitur, selanjutnya *supplier* akan melakukan penagihan kepada kreditur. Sebelum pembayaran barang dilakukan oleh kreditur kepada *supplier*, kreditur akan melakukan penutupan pertanggungan asuransi ke perusahaan asuransi yang ditunjuk dan memeriksa ulang seluruh dokumentasi perjanjian pembiayaan konsumen.

## **10. Tahap penagihan/monitoring pembayaran**

Setelah seluruh proses pembayaran kepada supplier/dealer dilakukan, proses selanjutnya adalah pembayaran angsuran dari debitur sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. *Collection department* akan memonitor pembayaran angsuran berdasarkan system pembayaran yang diterapkan.

## **11. Pengambilan Surat Jaminan**

Apabila seluruh kewajiban debitur telah dilunasi, maka kreditur akan mengembalikan hal-hal sebagai berikut kepada debitur, yaitu Jaminan (BPKB dan/atau sertifikat dan/atau faktur/*invoice*).

## **J. Kerangka Pemikiran**

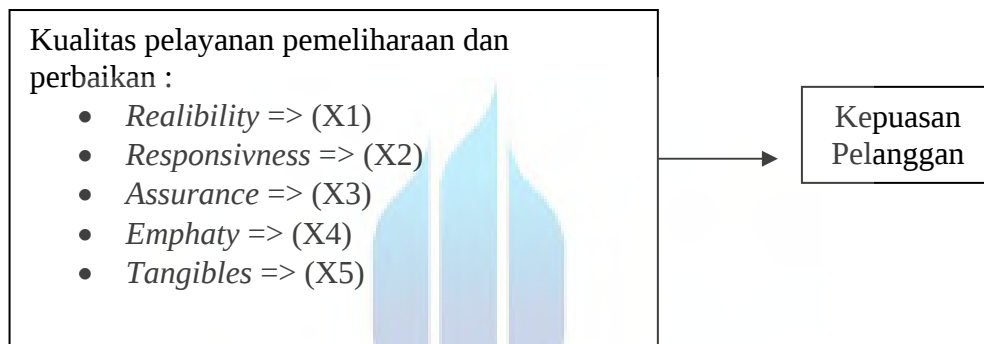
Dalam persaingan yang semakin tajam diantara perusahaan pembiayaan (Leasing) saat ini, maka kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dimana tingkat kepentingan dan harapan pelanggan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan, agar mereka merasa puas.

Untuk itulah, maka perusahaan perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggannya dan apakah telah terpenuhinya. Misalnya keramahan Customer Service dianggap penting dan ternyata menurut pengalaman pelanggan customer service dan tellernya ramah-ramah sehingga pelanggan walaupun mengantri pada saat pembayaran angsuran pelanggan akan merasa puas dengan pelayanannya.

Di dalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada pelanggan, terhadap lima kriteria penentu kualitas jasa pelayanan yaitu : Keadaan, Koresponsifan (ketanggapan), keyakinan, Empaty serta berwujud (Philip Kotler 1994 : 561).

**Gambar : 2.1**

**Model kerangka berpikir**



**Sumber : *Service Quality & Satisfaction, Frandy Tjiptono & Gregorius***

***Chandra (2005 : 209)***

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibuat menggambarkan kualitas pelayanan pemeliharaan dan perbaikan dengan dimensi kualitasnya yaitu : *Realibility, Responsivness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles*, sebelum diukur seberapa besar hubungannya dengan kepuasan pelanggan terlebih dahulu diketahui tanggapan pelanggan atas kualitas pelayanan pemeliharaan dan perbaikan dengan tanggapan tentang kepuasan pelanggan.

Kelima unsur tersebut akan menjadi acuan utama dalam kerangka penelitian ini dan terbentuk dalam gambar dibawah ini.

**Gambar 2.2**

**Lima Kriteria Penentu Kualitas Jasa Pelayanan PT Adira Finance**

**1. Keandalan/ *Reliability***

- Kecepatan informasi persetujuan pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan.
- Pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu.
- Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira.
- Pelayanan jaminan kembali BPKB (*Refinancing*) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah Adira Finance.

**2. Ketanggapan/ *Responsiveness***

- Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
- Kemampuan perusahaan cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.

**3. Jaminan / *Assurance***

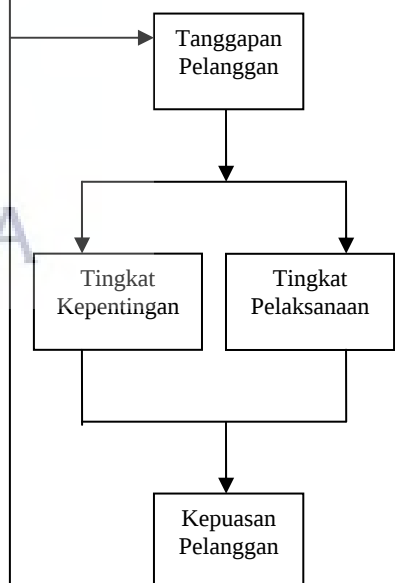
- Melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.
- PT Adira Dinamika Multifinance Tbk Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan.

**4. Empati**

- Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.

**5. Berwujud / *Tangibles***

- Kebersihan dan kerapian ruangan tempat pembayaran angsuran dan informasi nasabah.



Sumber: PT Adira Dinamika Multifinance, Tbk cabang Bogor

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk.**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

PT. Adira dinamika multifinance,Tbk berdiri tanggal 13 November 1990 sesuai dengan akta pendirian No. 131 tanggal 13 November 1990. sesuai dengan SK MENKEH : C2-19 HT.01.01.TH.91 tanggal 8 Januari 1991. Register : 34/Not.91/PN.JKT.SEL tanggal 14 Januari 1991 oleh pengadilan Jakarta Selatan Dicantumkan dalam Berita negara No.12 tambahan no.421 tanggal 8 Februari 1991 dan Ijin Menkeu : No.253/KMK.013/1991 tanggal 4 maret 1991.

Adira kegiatan operasional dimulai sejak 1991 yang melakukan kegiatan dibidang pembiayaan dan memfokuskan pada pembiayaan konsumen yang dikelola oleh profesional. Jumlah SDM tahun 2005 kurang lebih 10.000 orang dan rencana SDM tahun 2006 kurang lebih sebanyak hingga mencapai 12.000 orang. Adira mempunyai kurang lebih saat ini ada 88 kantor cabang yang tersebar di seluruh nusantara. Terdapat lebih dari 60 Representative oficer dari medan sampai menado.

PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk atau lebih dikenal dengan Adira finance adalah salah satu perusahaan Multi Finance yang dalam kegiatannya focus pada pembiayaan kendaraan bermotor dan mobil. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 13 November 1990 yang sampai saat ini telah memiliki 120 cabang dan kantor perwakilannya diseluruh Indonesia.

Dengan semakin meningkatnya omset dan semakin tingginya persaingan di bisnis Multi Finance membutuhkan *back up* dana yang cukup banyak agar perusahaan terus berkembang dan meningkatkan pendapatannya, maka pada bulan maret 2004 PT Adira Dinamika Multi finance Tbk sahamnya di Akuisisi oleh Bank Danamon sebesar 75% akuisisi ini dimaksudkan agar dalam pertumbuhannya yang semakin meningkat PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk tidak perlu khawatir dalam masalah pendanaan karena *back full* oleh Bank Danamon yang juga merupakan salah satu perusahaan yang dananya di *back up* oleh perusahaan terbesar di Singapore Temasek.

PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk juga memiliki group usaha lain selain Pembiayaan kendaraan sepeda motor dan mobil yaitu PT Adira Quantum Finance yang bergerak dibidang pembiayaan peralatan elektronik, PT Asuransi Adira Dinamika yang bergerak dalam bidang asuransi untuk kendaraan dengan produknya Autocilin dan PT Adira Sarana Armada (*car rental*) yang bergerak dalam bidang sewa kendaraan yang khususnya pada kendaraan roda 4/kendaraan pribadi. Ketiga perusahaan group ini saling mendukung untuk kegiatan bisnis utamanya sehingga memudahkan peningkatan dan pengembangan bisnisnya.

## **2. PT Adira Dinamika Multi Finance Cabang Bogor**

PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk telah memiliki lebih dari 120 kantor cabang dan perwakilannya diseluruh Indonesia yang dibagi menjadi 5 wilayah yaitu JABODETABEKSER, JABAR, JATIM, KSB DAN SUMATRA.

PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk cabang Bogor beralamat di Jl. Raya Tajur No. 162 D Bogor dengan jumlah karyawan 250 orang yang berasal dari berbagai macam latar belakang pendidikan yang berbeda-beda.

### **3. Struktur Organisasi**

Untuk menunjang kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi, PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk memiliki struktur organisasi dan beberapa divisi untuk pelaksanaan teknis dan pengawasan berjalannya perusahaan.

Adapun susunan struktur organisasi dan divisi-divisi yang terdapat pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk cabang Bogor (terlampir) terdiri dari :

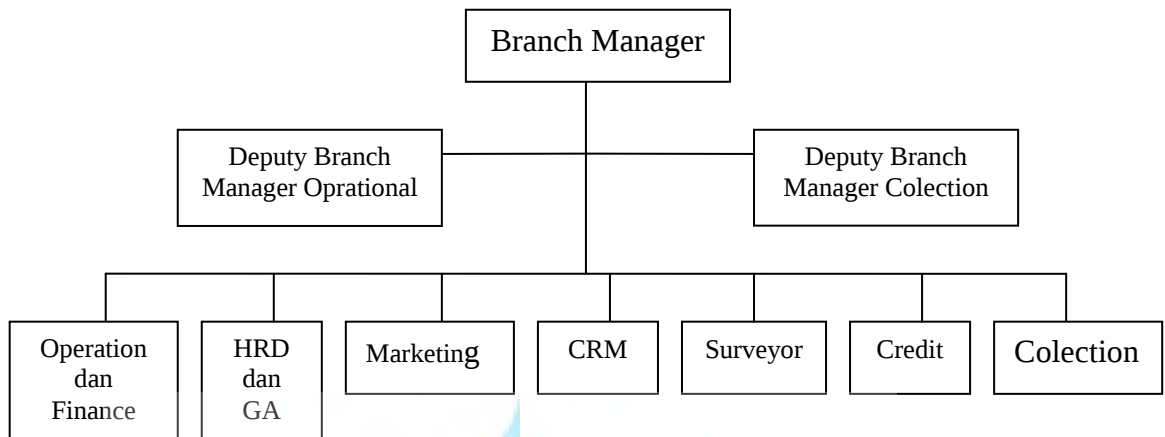
- a. Branch Manajer (Kepala Cabang)
- b. Deputy Branch Manajer (Wakil Kepala Cabang)
- c. HRD GA Head
- d. Administration Head
  - Credit Procesor
  - Full Data Entry
  - Credit Admin
  - Assurance staff
  - Colateral Staff
  - Customer Service
  - Admin Marketing
- e. Finance Accounting Head
  - Teller

- Accounting
- Finance Staff
- Massanger
- f. Marketing Division
  - Marketing Head Honda
  - Marketing Head Yamaha
  - Marketing Head Suzuki dan Kawasaki
  - Marketing Head Used Motor Cycle
- g. Customer Relation Head
- h. Credit Analys
  - Credit Support Admin
- i. Surveyor Head
  - Surveyor
  - TC (Trafic Koordinator) Assigment
  - TC Result
  - PDE (Pra Data Entry)
- j. Deputy Branch Manajer Collection
- k. AR Head
  - ARO
  - Remedial Admin
  - AR Admin



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi PT Adira Dinamika Multifinance Cabang Bogor**



Sumber : *PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk Cabang Bogor, 2007*

#### **4. Pelaksanaan Manajemen**

##### **1) Jumlah Karyawan**

PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk memiliki tenaga Kerja sebanyak 200 orang dan berbagai posisi atau kedudukan. Untuk lebih jelasnya seperti gambar dibawah ini :

**Gambar : 3.2**

**JUMLAH KARYAWAN “PT ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE TBK  
CABANG BOGOR”**

| <b>NO</b> | <b>JABATAN</b>                  | <b>JUMLAH</b> |
|-----------|---------------------------------|---------------|
| 1         | Branch Manager (Kepala Cabang)  | 1             |
| 2         | Deputy Branch Manager (DBM)     | 2             |
| 3         | Finance Accounting Head (FAH)   | 1             |
|           | 3.1. Accounting Staff           | 2             |
|           | 3.2. Finance Staff              | 4             |
| 4         | Operation Head (OPH)            | 1             |
|           | 4.1. Billing Payment (BP)       | 2             |
|           | 4.2. Colateral Staff            | 3             |
|           | 4.3. Full Data Entry (FDE)      | 2             |
|           | 4.4. Admin Credit               | 2             |
|           | 4.5. Insurance Staff            | 2             |
|           | 4.6. Admin Marketing            | 2             |
| 5         | Marketing Head Honda            | 1             |
|           | 5.1. Marketing Officer (MO)     | 12            |
| 6         | Marketing Head Suzuki           | 1             |
|           | 6.1. Marketing Officer (MO)     | 6             |
| 7         | Marketing Head Yamaha           | 1             |
|           | 7.1. Marketing Officer (MO)     | 6             |
| 8         | Marketing Head UMCY             | 1             |
|           | 8.1. Marketing Officer (MO)     | 6             |
| 9         | Customer Relation Head          | 1             |
|           | 9.1. Sales Promotion Girl (SPG) | 3             |
| 10        | AR Head                         | 4             |
|           | Remedial Admin                  | 5             |
|           | ARO                             | 26            |
|           | Rem Off                         | 13            |

## 2) Kualitas Karyawan

Adapun Kualitas tenaga kerja PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk jika dilihat berdasarkan jenjang atau tingkat pendidikannya dapat dilihat pada gambar berikut :

**Gambar : 3.3**

**PENDIDIKAN KARYAWAN “PT. ADIRA DINAMIKA MULTI FINANCE  
TBK CABANG BOGOR”**

| <b>Tingkat Pendidikan</b> | <b>Jumlah</b> |
|---------------------------|---------------|
| SMA                       | 7             |
| SMK/STM                   | 8             |
| D3                        | 30            |
| S1                        | 75            |

Sumber Data : *PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang Bogor*

## 3) Jam Kerja

Jam Kerja pada PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk terdiri dari 9 jam kerja per hari sudah termasuk waktu istirahat dan Makan. Sedangkan untuk jam kerja Divisi Marketing dan Collection disesuaikan dengan kebutuhan kerjanya masing-masing karena bagian tersebut berada diluar kantor Adira/ di lapangan tempat mereka mencari order ataupun menagih pembayaran.

## 4) Peningkatan Kualitas Karyawan

Setiap bagian atau divisi yang terkait diharuskan untuk melakukan training/pelatihan kerja setiap 6 bulan sekali atau bila perlu 1 bulan sekali

untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan kemampuan kualitas para karyawan terutama untuk divisi surveyor agar mampu menganalisa dan menggali data calon nasabah, Divisi marketing yang mampu meningkatkan booking sales penjualan, Divisi Back office yang teliti dalam setiap melakukan kegiatan administrasi dan keuangan, dan Divisi Collection yang tangguh dalam penagihan pembayaran yang tertunggak atau penarikan unit kendaraan.

#### 5) Fasilitas dan Tunjangan yang disediakan

Untuk membangkitkan semangat kerja dan kesejahteraan karyawan dalam bekerja, diberikan pula beberapa fasilitas dan tunjangan antara lain :

1. Tunjangan Hari Raya
2. Tunjangan Bensin
3. Tunjangan Handphone
4. Tunjangan Kesehatan atau Asuransi Kesehatan
5. Tunjangan Penempatan Dinas
6. Tunjangan Perumahan
7. Fasilitas Jamsostek
8. Fasilitas makan dan Transport
9. Fasilitas Lembur
10. Fasilitas Perjalanan Dinas

#### **B. Visi dan Misi PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk**

1. Adira Bussines

*“Customer Finance Company”*

2. Mission

*“Brings Tomorrow Today To The Nation”*

3. Vision

*“World Class Consomer Finance Company”*

4. Strategic Planning

- a. Best In Class Technology
- b. Brand Equity Establishment
- c. Prudent Risk Management
- d. Comprehensive Penetrasion (Both demand and supply)
- e. Ubiquitous Network Development
- f. “ Leader – Manager ” Development

5. Values

*To perform work with EXCELENCE and COMMITMENT Trhough  
TEAMWORK and based on Trust and RESPECT*

Sampai dengan akhir tahun 2005 PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk telah menyalurkan dana untuk pembiayaan sebesar Rp. 9,7 Triliun yang hanya mencapai 97% dari target sebenarnya sebesar Rp. 10 Triliun. Keuntungan bersih perusahaan diakhir tahun 2005 mencapai Rp. 467 Milyar (detik.com). Di tahun ini target untuk penyaluran kredit kendaraan untuk PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk di naikkan menjadi Rp. 12 Triliun dan untuk itu perusahaan sudah menyiapkan strategi dengan melakukan ekspansi pembiayaan ke motor produksi selain anggota AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia) yang anggotanya yaitu Honda, Kawasaki, Suzuki, Yamaha, Kymco dan Vespa.

Perusahaan menerapkan strategi ini karena melihat pertumbuhan pasar kendaraan Non AISI mulai meningkat tapi untuk meningkatkan factor keamanan dari sisi kredit PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk melakukan strategi dengan membuat perjanjian khusus yaitu apabila kendaraan dari motor merk non AISI ini ditarik maka ATPM ( Agen Tunggal Pemegang Merk ) kendaraan tersebut akan membayarkan sisa pokok hutang dari kendaraan tersebut secara penuh.

Selain itu perusahaan juga akan memanfaatkan *customer existing* untuk menjaminkan kembali bukti kepemilikan kendaraan bermotor untuk mendapatkan dana cepat (*refinancing*) dengan menawarkan kembali kepada nasabah yang sudah lunas atau masih setengah tenor dengan kondisi pembayaran angsuran per bulannya lancar tidak pernah terlambat lebih dari 30 hari per angsuran untuk pinjam dana tunai dengan jaminan BPKB kendaraannya.

### C. Focus Bisnis Adira

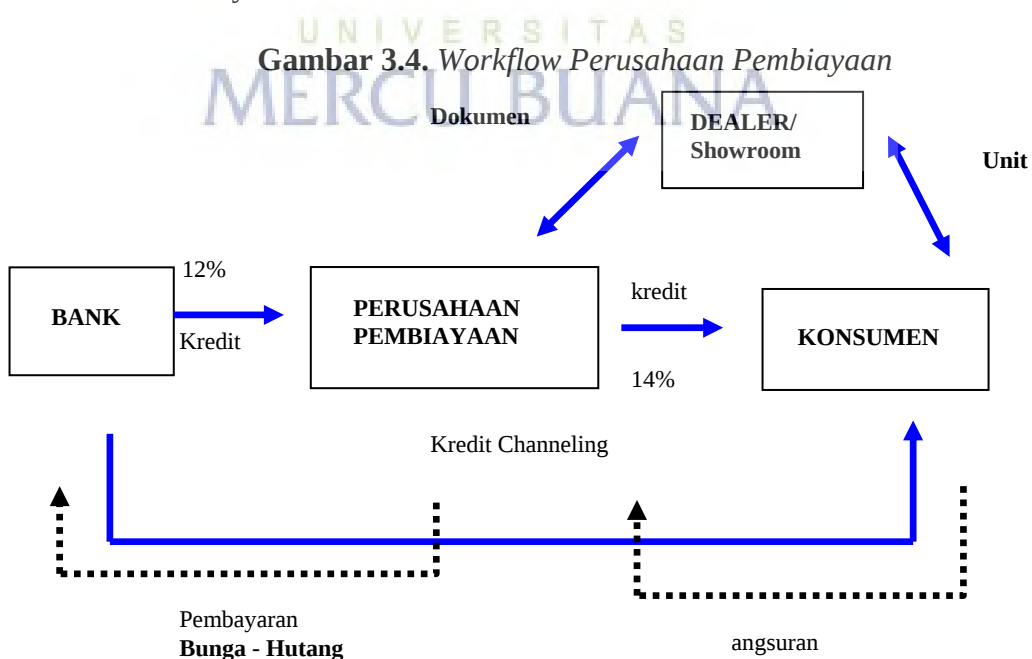
Lembaga keuangan di Indonesia ada dua yaitu diantaranya ada yang lembaga keuangan Bank dan Lembaga keuangan bukan Bank. Lembaga keuangan bukan bank diantaranya : Asuransi seperti Asuransi jiwa dan asuransi kerugian, Sekuritas seperti Saham/pasar modal dan Multifinancing seperti pembiayaan konsumen, leasing atau sewa guna usaha, anjak piutang/Factoring dan Kartu kredit.

PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk termasuk kedalam lembaga keuangan bukan bank yang membiayai pembiayaan/leasing yang MULTIFINANCING. Multifinancing adalah suatu bentuk perusahaan yang

memfokuskan bisnisnya kepada pemberian dana/pembiayaan kepada pihak lain atas suatu benda atau barang yang akan dibeli atau dimiliki oleh pihak tersebut. Dalam hal ini Perusahaan akan mengenakan bunga atas setiap dana yang diberikan/ dipinjamkan. Besarnya bunga ditentukan oleh perusahaan dengan melihat kondisi perkembangan tingkat suku bunga yang berlaku.

Fokus bisnisnya pada memberikan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor jenis kendaraan sepeda motor baru & mobil baru, mobil bekas dan motor bekas. Pada kendaraan tersebut negara produksinya yaitu Jepang, Taiwan, Eropa dan Amerika sedangkan untuk produksi mobil negara industrinya adalah Jepang, Eropa, Taiwan dan USA. Sedangkan untuk target marketnya untuk Individu dan Perusahaan

Adapun Workflow Perusahaan Pembiayaan PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk yaitu :



**Sumber :** PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk

Pada workflow diatas dijelaskan gambaran secara detail bagaimana proses pembiayaan yang dilakukan oleh adira sebagai lembaga keuangan non bank. Peran adira dalam hal ini sebagai kredit channeling yang mendapatkan kucuran pinjaman dana dari bank contohnya sebesar 12% lalu adira memberikan kredit kepada konsumen dan bunganya dinaikkan menjadi 14 %, konsumen mendapatkan kendaraan yang diinginkan dari dealer, kemudian dealer diberikan surat pesanan ke dealer untuk unit dikirim, setelah dikirim maka dealer memberikan tagihan ke Adira lalu adira membayarkan sejumlah tagihan dari dealer setelah itu adiram melakukan pembayaran bunga dan hutang kepada Bank dan konsumen membayar angsuran kendaraannya ke Adira selaku lembaga pembiayaan.

#### **D. Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini desain yang dipergunakan adalah riset deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian untuk menguraikan sifat-sifat dari suatu keadaan. Data yang diperlukan akan diperoleh berdasarkan atas perumusan masalah. Metode Deskriptif kualitatif diperlukan untuk mencari fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis, fakta yang akurat. Desain penelitian pada dasarnya untuk menentukan metode apa saja yang akan dipergunakan dalam penelitian, antara lain metode pengumpulan data, metode analisis dan penguji hipotesis.

## E. Metode Pengumpulan Data

### 1. Populasi

Pengertian populasi adalah keseluruhan subyek atau obyek yang menjadi sasaran penelitian. Dalam hal ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh pelanggan/nasabah jasa pembiayaan kredit sepeda motor PT. Adira Dinamika Multi Finance,Tbk adalah cabang bogor pada bulan juni sampai dengan juli tahun 2007.

### 2. Sampel

Sampel bagian terkecil dari populasi yang masih memiliki sifat dan karakteristik populasinya untuk dikenai penelitian. Sampel yang penulis gunakan disini dengan menggunakan *convenience sampling*. *Convenience sampling* yaitu metode penentuan sample yang digunakan untuk mempermudah peneliti karena keterbatasan waktu dan biaya. Kuisisioner yang penulis lakukan ke nasabah/pelanggan PT Adira Finance sebanyak 100 orang.

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pelanggan/nasabah berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### 3. Pengumpulan Data

Dalam studi lapangan ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu :

- Observasi, merupakan pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktifitas perusahaan yang sedang diteliti.
- Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara Tanya jawab langsung dengan pimpinan dan staf karyawan guna mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- Penyebaran Kuisisioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara membagi-bagikan pertanyaan atau kuisisioner kepada responden agar dapat mengisi kuisisioner secara obyektif. Disini kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan merupakan hal yang sangat penting mengingat pengumpulan data ini dilakukan dengan kuisisioner dan harapan data yang diperoleh merupakan informasi yang valid dan mampu dipertanggung jawabkan sehingga dapat dianalisis dan diinterpretasikan menjadi kesimpulan dan informasi yang bermanfaat.

#### **F. Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel**

Variabel yang akan diteliti adalah variable “Tingkat kinerja pelayanan perusahaan” PT Adira Dinamika Multifinance tbk yang merupakan variable “X” dan variable “Kepentingan dan harapan pelanggan” yang merupakan variable “Y”

Gambar 3.5. *Operational Variabel*

| Variabel           | Dimensi                            | Konsep Variabel                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | <i>Realiability</i><br>(X1 & Y1)   | Kecepatan informasi persetujuan pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan.                                                                                                                      |
|                    |                                    | Pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu.                                                                                                                                   |
|                    |                                    | Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira.                                            |
|                    |                                    | Pelayanan jaminan kembali BPKB ( <i>Refinancing</i> ) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah Adira Finance.                                                                                             |
|                    | <i>Responsiveness</i><br>(X2 & Y2) | Kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.                                                                                                                                               |
|                    |                                    | Kemampuan perusahaan cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.                                                                                                                                           |
|                    | <i>Assurance</i><br>(X3 & Y3)      | Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.                                                                                                                                                               |
|                    |                                    | PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan.                                                                                                                                 |
|                    | <i>Emphaty</i><br>(X4 & X4)        | Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.                                                                                                                                                            |
|                    | <i>Tangible</i><br>(X5 & X5)       | Kebersihan dan kerapihan ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah.                                                                                                                                                 |
| Tanggapan Konsumen |                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Tingkat Kepuasan<br/>(Sangat Puas, Puas, Cukup Puas, Kurang Puas, Tidak Puas)</li> <li>* Tingkat Kinerja<br/>(Sangat baik, Baik, Cukup baik, Kurang baik, Tidak baik)</li> </ul> |

Sumber : PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk cabang bogor

Skala pengukuran yang dipergunakan adalah skala pengukuran kepuasan, hal ini dikarenakan data yang dikumpulkan adalah data kualitatif.

#### **G. Teknik Analisa Data**

Data yang dipakai untuk menganalisa kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa kredit sepeda motor pada PT Adira Dinamika Multifinance Tbk dikumpulkan melalui kuisisioner yang terdiri dari 10 pertanyaan yang dilihat dari dua bagian yaitu :

- ◆ Untuk Variabel “X” kepada responden dipertanyakan tentang “Tingkat kinerja pelayanan perusahaan”.
- ◆ Untuk Variabel “Y”, kepada responden ditanyakan tentang “Tingkat kepuasan pelanggan”

Teknik analisa data untuk mencari seberapa besar hubungan kedua variable diatas yaitu “X” dan “Y”, dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Memberikan skor atau bobot terhadap variable “X” (Tingkat kinerja pelayanan perusahaan) dengan menggunakan skala kepuasan, sebagai berikut :

|             |     |
|-------------|-----|
| Sangat Baik | : 5 |
| Baik        | : 4 |
| Cukup Baik  | : 3 |
| Kurang Baik | : 2 |
| Tidak Baik  | : 1 |

2. Memberikan skor atau bobot terhadap variable “Y” (Tingkat kepuasan pelanggan) dengan menggunakan skala kepuasan sebagai berikut :

Sangat Puas : 5

Puas : 4

Cukup Puas : 3

Kurang Puas : 2

Tidak Puas : 1

Setelah dilakukan pembobotan dengan menggunakan skala kepuasan 5-4-3-2-1 tersebut diatas, dapat dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara “ Tingkat kinerja perusahaan dan Tingkat kepuasan pelanggan” oleh PT Adira Dinamika Multifinance Tbk.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kepuasan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan factor-factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat 2 variable yang diwakilkan oleh huruf “X” dan “Y”, dimana : “X” merupakan tingkat kinerja pelayanan perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan “Y” merupakan tingkat kepuasan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Dimana : Tki : Tingkat kesesuaian responden

Xi : Skor penilaian kepuasan pelanggan

Yi : Skor Penilaian Kepentingan Pelanggan

Sumber : J. Supranto MA (2001 : 241)

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja perusahaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana :  $\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kinerja pelayanan perusahaan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan

n = Jumlah responden

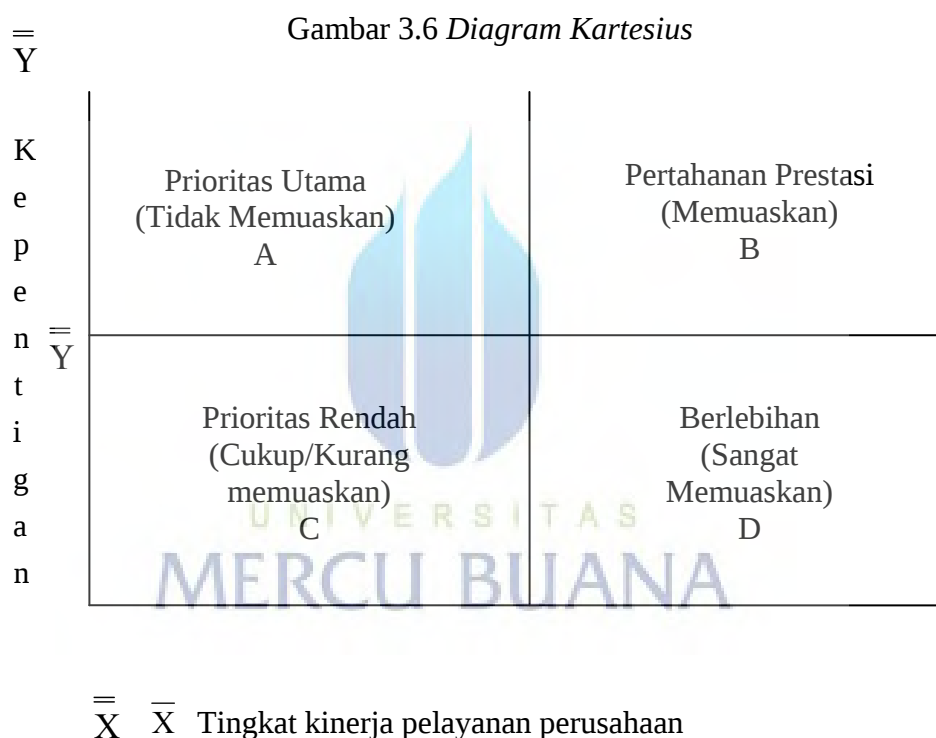
Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana  $\bar{X}$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan penumpang seluruh faktor atau atribut dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada 10 faktor atribut. Seluruhnya ada K faktor dimana K=10 rumus selanjutnya :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{K}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{K}$$

Dimana K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (dalam contoh soal ini K= 10).

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram Kartesius seperti gambar 3.6. Selain dari itu, bias juga dilakukan analisis korelasi data kualitatif untuk mengetahui seberapa dekat hubungan antara tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan usia pelanggan terhadap tingkat kepuasan pelayanan jasa kredit sepeda motor pada PT adira Dinamika Multifinance Tbk.



**Sumber : Service Quality &satisfaction,Fandy Ciptono & Gregorius**

**Chandra (2005:215)**

Dimana selanjutnya akan dijelaskan tentang masing-masing bidang atau bagian yang meliputi :

- a) Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting,

namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan atau tidak puas.

- b) Kuadran B Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya sangat penting dan sangat memuaskan.
- c) Kuadran C beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang memuaskan.
- d) Kuadran D menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.



## **BAB IV**

### **ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. ANALISIS HASIL PENELITIAN**

##### **1. Analisis Keandalan Pelayanan (Reliability atau X1)**

###### **a. Kecepatan informasi persetujuan pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan.**

Kecepatan informasi persetujuan kredit merupakan hal penting untuk calon nasabah mendapatkan sepeda motor, apabila nasabah sudah menerima sepeda motor yang dikirimkan oleh dealer rekanan Adira melalui surat pesanan, maka nasabah sudah menjadi nasabah adira dan secara otomatis telah disetujui untuk pengiriman unit kendaraan tersebut.

Kecepatan informasi tersebut yang membuat nasabah tidak kecewa dan mendapatkan apa yang nasabah inginkan. Hal ini selain dapat meningkatkan service/pelayanan yang baik kenasabah juga meningkatkan kerjasama dengan dealer rekanan untuk kedepannya yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi ke dua belah pihak antara Adira dan dealer rekanan adira.

Dari 100 responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaian terhadap tingkat kepuasan dari faktor kecepatan informasi persetujuan pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan sebagaimana tertera pada table : 4 (XI).1, sedangkan penilaian pelanggan atau konsumen terhadap kinerja perusahaan tertera pada table 4 (XI).2.

**Tabel : 4 (XI).1**

**Tingkat Kepuasan Responden terhadap Kecepatan informasi Persetujuan  
Pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan**

|                |      |               |                |               |               |
|----------------|------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Sangat<br>Puas | Puas | Cukup<br>Puas | Kurang<br>Puas | Tidak<br>Puas | BOBOT<br>(Yi) |
| 19             | 61   | 16            | 3              | 0             | 393           |

Keterangan : Angka 393 =  $(5 \times 19) + (4 \times 61) + (3 \times 16) + (2 \times 3)$   
 $= 95 + 244 + 48 + 6$

Sumber : Hasil Kuisisioner

**Tabel : 4 (XI).2**

**Penilaian Responden Terhadap Kecepatan Informasi Persetujuan  
Pembiayaan Sepeda Motor Pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan**

|                |      |               |                |               |               |
|----------------|------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Sangat<br>Baik | Baik | Cukup<br>Baik | Kurang<br>Baik | Tidak<br>Baik | BOBOT<br>(Xi) |
| 22             | 54   | 19            | 5              | 0             | 393           |

Keterangan : Angka 393 =  $(5 \times 22) + (4 \times 54) + (3 \times 19) + (2 \times 5)$   
 $= 110 + 216 + 57 + 10$

Sumber : Hasil Kuisisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat  
kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat Kesesuaian :

$$T_{ki} = \frac{393}{393} \times 100 \%$$

$$= 100 \%$$

**b. Pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu.**

Pada bagian ini dijelaskan mengenai tingkat kepuasan secara rinci, untuk mengetahui pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu kepada nasabah. Keramahan petugas sangat diperlukan agar nasabah merasa menjadi bagian dari Adira, sehingga mereka menjadi betah atau bahkan diharapkan dapat lebih menginformasikan keunggulan adira kepada rekan, tetangga, kerabat atau orang lain disekitar mereka.

Berikut ini akan disajikan data mengenai tingkat kepuasan pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu terhadap keandalan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya pada Tabel : 4 (XI).3.

Selanjutnya akan disajikan pula penilaian responden terhadap kinerja perusahaan terkait dengan keandalan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya pada Tabel : 4 (XI).4.

**Tabel : 4 (XI).3**

**Tingkat Kepuasan Responden terhadap pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu**

|             |      |            |             |            |            |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| Sangat Puas | Puas | Cukup Puas | Kurang Puas | Tidak Puas | BOBOT (Yi) |
| 7           | 61   | 23         | 8           | 1          | 365        |

Keterangan : Angka 365 =  $(5 \times 7) + (4 \times 61) + (3 \times 23) + (2 \times 8) + (1 \times 1)$   
 $= 35 + 244 + 69 + 16 + 1$

Sumber : Hasil Kuisisioner

**Tabel : 4 (XI).4**

**Penilaian Responden terhadap pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu**

|             |      |            |             |            |            |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| Sangat Baik | Baik | Cukup Baik | Kurang Baik | Tidak Baik | BOBOT (Xi) |
| 16          | 45   | 30         | 9           | 0          | 368        |

Keterangan : Angka 368 =  $(16 \times 5) + (45 \times 4) + (30 \times 3) + (9 \times 2)$   
 $= 80 + 180 + 90 + 18$

Sumber : Hasil Kuisisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{368}{365} \times 100 \%$$

$$= 100,82 \%$$

- c. Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira.**

Pada keandalan yang satu ini PT Adira Dinamika Multifinance Tbk meningkatkan pelayanan dengan adanya pelayanan pembayaran dimana saja, nasabah tidak hanya bias membayar di kantor cabang tetapi juga bisa melalui ATM, kantor POS, dan pada dealer rekanan adira disediakan satu orang yang bertugas menerima pembayaran angsuran yaitu teller dealer yang ditempatkan untuk jarak yang tidak bisa dijangkau oleh nasabah adira karena jarak ke kantor adira, kantor POS dan ATM terlalu jauh.

Berikut ini akan disajikan data mengenai tingkat kepuasan terhadap Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira pada Tabel : 4 (XI).5.

Selanjutnya akan disajikan pula penilaian responden terhadap tingkat kinerjanya tertera pada Tabel : 4 (XI).6.

**Tabel : 4 (XI).5**

**Tingkat kepuasan responden terhadap Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira**

| Sangat Puas | Puas | Cukup Puas | Kurang Puas | Tidak Puas | BOBOT (Yi) |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| 17          | 53   | 29         | 1           | 0          | 386        |

Keterangan : Angka 386 =  $(5 \times 17) + (4 \times 53) + (3 \times 29) + (1 \times 2)$   
=  $85 + 212 + 87 + 2$

Sumber : Hasil Kuisisioner

**Tabel : 4 (XI).6**

**Penilaian responden terhadap Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira**

| Sangat Baik | Baik | Cukup Baik | Kurang Baik | Tidak Baik | BOBOT (Xi) |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| 20          | 54   | 25         | 1           | 0          | 393        |

Keterangan : Angka 393 =  $(5 \times 20) + (4 \times 54) + (3 \times 25) + (2 \times 1)$   
=  $100 + 216 + 75 + 2$

*Sumber : Hasil Kuisisioner*

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{393}{386} \times 100 \% \\ &= 101,81 \% \end{aligned}$$

**d. Pelayanan jaminan kembali BPKB (*Refinancing*) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah Adira Finance.**

Keandalan yang satu ini merupakan pelayanan jaminan kembali BPKB (*Refinancing*) sepeda motor yang kendaraannya kredit sepeda motornya pada Adira dengan pembayaran yang lancar tidak pernah telat atau menunggak dengan kriteria tertentu maka nasabah bisa menjaminkan kembali BPKBnya untuk mendapatkan uang tunai sesuai dengan plafon kredit yang diberikan oleh PT Adira Dinamika Multifinance.

Berikut ini akan disajikan data mengenai tingkat kepuasan Pelayanan jaminan kembali BPKB (*Refinancing*) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah Adira Finance terhadap keandalan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya pada Tabel : 4 (XI).7.

Selanjutnya akan disajikan pula penilaian responden terhadap kinerja perusahaan terkait dengan keandalan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya pada Tabel : 4 (XI).8.

**Tabel : 4 (XI).7**

**Tingkat kepuasan responden terhadap Pelayanan jaminan kembali BPKB  
(Refinancing) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah**

**Adira Finance**

| Sangat<br>Puas | Puas | Cukup<br>Puas | Kurang<br>Puas | Tidak<br>Puas | BOBOT<br>(Yi) |
|----------------|------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| 18             | 52   | 28            | 1              | 0             | 384           |

Keterangan : Angka 384 =  $(5 \times 18) + (4 \times 52) + (3 \times 28) + (2 \times 1)$   
 $= 90 + 208 + 84 + 2$

Sumber : Hasil Kuisisioner

**Tabel : 4 (XI).8**

**Penilaian responden terhadap Pelayanan jaminan kembali BPKB  
(Refinancing) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah**

**Adira Finance**

| Sangat<br>Baik | Baik | Cukup<br>Baik | Kurang<br>Baik | Tidak<br>Baik | BOBOT<br>(Xi) |
|----------------|------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| 21             | 48   | 30            | 1              | 0             | 389           |

Keterangan : Angka 389 =  $(5 \times 21) + (4 \times 48) + (3 \times 30) + (2 \times 1)$   
 $= 105 + 192 + 90 + 2$

*Sumber : Hasil Kuisisioner*

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{389}{384} \times 100 \% \\ &= 101,30 \% \end{aligned}$$

## **2. Analisis Keresponsifan / Ketanggapan (Responsiveness atau X2)**

### **a. Kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.**

Kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul maksudnya adalah nasabah perlu ditanggapi apabila terjadi masalah misalnya masalah pembayaran yang telat atau tidak sesuai jatuh tempo yang mengakibatkan tertunggaknya pembayaran angsuran, masalah klaim asuransi, masalah pengambilan BPKB atau masalah lainnya yang perlu adanya tanggapan dari petugas yang cepat untuk mengatasinya.

Dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepuasan dari kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul sebagai yang tertera pada Tabel 4. (XI).9.

Sedangkan penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan tertera pada Tabel 4.(XI).10.

**Tabel 4.(X2).9**

**Tingkat kepuasan responden terhadap kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul**

|             |      |            |             |            |            |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| Sangat Puas | Puas | Cukup Puas | Kurang Puas | Tidak Puas | BOBOT (Yi) |
| 10          | 52   | 29         | 6           | 2          | 359        |

Keterangan : Angka 358 =  $(5 \times 10) + (4 \times 52) + (3 \times 29) + (2 \times 6) + (1 \times 2)$   
=  $50 + 208 + 87 + 12 + 2$

Sumber : Hasil kuisioner

**Tabel 4.(X2).10**

**Penilaian responden terhadap kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul**

|             |      |            |             |            |            |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| Sangat Baik | Baik | Cukup Baik | Kurang Baik | Tidak Baik | BOBOT (Xi) |
| 8           | 42   | 35         | 14          | 0          | 341        |

Keterangan : Angka 341 =  $(5 \times 8) + (4 \times 42) + (3 \times 35) + (2 \times 14)$   
=  $40 + 168 + 105 + 28$

Sumber : Hasil kuisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{341}{359} \times 100 \%$$

$$= 94,99 \%$$

**b. Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.**

Hal ini sangat perlu agar keluhan nasabah dapat ditanggapi dengan baik, keluhan nasabah bermacam-macam seperti tidak sesuainya kendaraan yang diterima dari dealer karena ada kesalahan pengiriman PO dari Adira, keluhan mengenai lamanya proses kredit, atau keluhan lainnya.

Dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepuasan dari Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan. sebagai yang tertera pada Tabel 4. (X2).11

Sedangkan penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan tertera pada Tabel 4.(X2).12

**Tabel 4.(X2).11**

**Tingkat kepuasan responden terhadap Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.**

|                |      |               |                |               |               |
|----------------|------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Sangat<br>Puas | Puas | Cukup<br>Puas | Kurang<br>Puas | Tidak<br>Puas | BOBOT<br>(Yi) |
| 7              | 57   | 27            | 6              | 3             | 359           |

Keterangan : Angka 359 =  $(5 \times 7) + (4 \times 57) + (3 \times 27) + (2 \times 6) + (1 \times 3)$   
 $= 35 + 228 + 81 + 12 + 3$

Sumber : Hasil kuisioner

**Tabel 4.(X2).12**

**Penilaian responden terhadap Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.**

|             |      |            |             |            |            |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| Sangat Baik | Baik | Cukup Baik | Kurang Baik | Tidak Baik | BOBOT (Xi) |
| 7           | 45   | 35         | 12          | 1          | 345        |

Keterangan : Angka 345 = ( 5 x 7) + (4 x 45) + (3 x 35) + (2 x 12 ) + ( 1 x 1)  
= 35 + 180 + 105 + 24 + 1

Sumber : Hasil kuisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{345}{359} \times 100 \% \\ &= 96,10 \% \end{aligned}$$

### **3. Analisis Keyakinan ( Assurance atau X3)**

#### **a. Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.**

Petugas Adira dalam melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan harus dengan sopan dan lebih menghargai pelanggan dalam menanyakan atau menanggapi masalah yang timbul, semua petugas adira tanpa terkecuali harus memberikan informasi yang selengkap mungkin kepada pelanggan yang membutuhkan informasi dan melakukan komunikasi se efektif

mungkin demi terciptanya hubungan yang baik antara adira dan pelanggan adira.

Dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepuasan dari Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan yang disampaikan pelanggan.sebagai yang tertera pada Tabel 4. (X3).13

Sedangkan penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan tertera pada Tabel 4.(X3).14

**Tabel 4.(X3).13**

**Tingkat kepuasan responden terhadap Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.**

|             |      |            |             |            |            |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| Sangat Puas | Puas | Cukup Puas | Kurang Puas | Tidak Puas | BOBOT (Yi) |
| 12          | 58   | 27         | 3           | 0          | 379        |

Keterangan : Angka 379 =  $(5 \times 12) + (4 \times 58) + (3 \times 27) + (2 \times 3)$   
 $= 60 + 232 + 81 + 6$

Sumber : Hasil kuisioner

**Tabel 4.(X3).14**

**Penilaian responden terhadap Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.**

|             |      |            |             |            |            |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| Sangat Baik | Baik | Cukup Baik | Kurang Baik | Tidak Baik | BOBOT (Xi) |
| 17          | 50   | 29         | 4           | 0          | 380        |

Keterangan : Angka 380 =  $(5 \times 17) + (4 \times 50) + (3 \times 29) + (2 \times 4)$   
 $= 85 + 200 + 87 + 8$

Sumber : Hasil kuisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{380}{379} \times 100 \%$$

$$= 100,26 \%$$

**b. PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan.**

Pada perjanjian kredit keamanan kendaraan sepeda motor merupakan jaminan dari Adira sejak pembayaran uang muka ke dealer sampai pembayaran angsuran terakhir/lunas maka asuransi pun berakhir karena kendaraan sudah menjadi hak milik pelanggan. Apabila ditengah pembayaran angsuran sudah terjadi kejadian kehilangan kendaraan maka pelanggan harus melaporkan ke adira 3x24 jam agar proses klaim asuransi bisa diselesaikan dan pelanggan mendapatkan haknya dan PT adira melaksanakan kewajibannya.

Dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepuasan dari PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan yang disampaikan pelanggan.sebagai yang tertera pada Tabel 4. (X3).15

Sedangkan penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan tertera pada Tabel 4.(X3).16

**Tabel 4.(X3).15**

**Tingkat kepuasan responden terhadap PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan.**

| Sangat Puas | Puas | Cukup Puas | Kurang Puas | Tidak Puas | BOBOT (Yi) |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| 27          | 56   | 16         | 1           | 0          | 409        |

Keterangan : Angka 409 =  $(5 \times 27) + (4 \times 56) + (3 \times 16) + (2 \times 1)$   
 $= 135 + 224 + 48 + 2$

Sumber : Hasil kuisioner

**Tabel 4.(X3).16**

**Penilaian responden terhadap PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan.**

| Sangat Baik | Baik | Cukup Baik | Kurang Baik | Tidak Baik | BOBOT (Xi) |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| 42          | 41   | 15         | 1           | 0          | 421        |

Keterangan : Angka 421 =  $(5 \times 42) + (4 \times 41) + (3 \times 15) + (2 \times 1)$   
 $= 210 + 164 + 45 + 2$

Sumber : Hasil kuisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$\begin{aligned} Tki &= \frac{421}{409} \times 100 \% \\ &= 102,93 \% \end{aligned}$$

#### **4. Emphaty**

##### **a. Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.**

Perhatian secara individu kepada pelanggan merupakan hal penting untuk menunjukan emphaty kepada pelanggan, perhatian secara individu dimaksudkan lebih mengerti, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan dalam menghubungi petugas PT Adira dinamika multifinance Tbk.

Dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepuasan dari. Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan sebagai yang tertera pada Tabel 4. (X4).17

Sedangkan penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan tertera pada Tabel 4.(X4).18

**Tabel 4.(X4).17**

**Tingkat kepuasan responden terhadap Petugas memberikan perhatian  
secara individu kepada pelanggan**

|                |      |               |                |               |               |
|----------------|------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Sangat<br>Puas | Puas | Cukup<br>Puas | Kurang<br>Puas | Tidak<br>Puas | BOBOT<br>(Yi) |
| 9              | 56   | 31            | 3              | 1             | 369           |

Keterangan : Angka 369 =  $(5 \times 9) + (4 \times 56) + (3 \times 31) + (2 \times 3) + (1 \times 1)$   
 $= 45 + 224 + 93 + 6 + 1$

Sumber : Hasil kuisisioner

**Tabel 4.(X4).18**

**Penilaian responden terhadap Petugas memberikan perhatian secara  
individu kepada pelanggan**

|                |      |               |                |               |               |
|----------------|------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Sangat<br>Baik | Baik | Cukup<br>Baik | Kurang<br>Baik | Tidak<br>Baik | BOBOT<br>(Xi) |
| 13             | 54   | 26            | 5              | 2             | 371           |

Keterangan : Angka 371 =  $(5 \times 13) + (4 \times 54) + (3 \times 26) + (2 \times 5) + (1 \times 2)$   
 $= 65 + 216 + 78 + 10 + 2$

Sumber : Hasil kuisisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat  
kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{371}{369} \times 100 \%$$

$$= 100,54 \%$$

## 5. Tangibles / Bukti langsung

### a. Kebersihan dan kerapihan ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah.

Kebersihan dan kerapihan tempat pembayaran sangatlah penting demi kenyamanan pelanggan, pelanggan membutuhkan suasana dan tempat yang nyaman untuk melakukan transaksi pembayaran angsuran ataupun pengambilan BPKB. Susunan dan tatanan (Lay Out) ruangan tempat pembayaran tertata dengan baik, lantai bersih, AC dingin, tempat duduk yang tertata baik dan lengkap akan mencerminkan citra yang baik dimata pelanggan.

Dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepuasan dari Kebersihan dan kerapihan ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah sebagai yang tertera pada Tabel 4. (X5).19

Sedangkan penilaian pelanggan terhadap kinerja perusahaan tertera pada Tabel 4.(X5).20

**Tabel 4.(X5).19**

**Tingkat kepuasan responden terhadap Kebersihan dan kerapihan ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah.**

| Sangat Puas | Puas | Cukup Puas | Kurang Puas | Tidak Puas | BOBOT (Yi) |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| 27          | 56   | 16         | 1           | 0          | 409        |

Keterangan : Angka 409 =  $(5 \times 27) + (4 \times 56) + (3 \times 16) + (2 \times 1)$   
 $= 135 + 224 + 48 + 2$

Sumber : Hasil kuisioner

**Tabel 4.(X5).20**

**Penilaian responden terhadap Kebersihan dan kerapihan ruangan tempat  
pembayaran dan informasi nasabah**

| Sangat Baik | Baik | Cukup Baik | Kurang Baik | Tidak Baik | BOBOT (Xi) |
|-------------|------|------------|-------------|------------|------------|
| 34          | 43   | 23         | 0           | 0          | 411        |

Keterangan : Angka 411 =  $(5 \times 34) + (4 \times 43) + (3 \times 23)$   
 $= 170 + 172 + 69$

Sumber : Hasil kuisioner

Dari kedua data yang diperoleh diatas akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian seperti dibawah ini :

Tingkat kesesuaian :

$$Tki = \frac{411}{409} \times 100 \%$$

$$= 100,49 \%$$

**Tabel : 4.21**

**Perhitungan Rata-rata dari Penilaian Kinerja / Pelaksanaan dan  
Penilaian Kepuasan Responden (Nasabah PT. Adira Dinamika Multifinance)  
pada faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Adira  
Dinamika Multifinance,Tbk.**

| NO | FAKTOR/ATRIBUT                                                                                                                                                                 | PENILAIAN KINERJA | PENILAIAN KEPUASAN | $\bar{X}$    | $\bar{Y}$    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------|--------------|--------------|
| 1  | Kecepatan informasi persetujuan pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan.                                                                           | 393               | 393                | 3.93         | 3.93         |
| 2  | Pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu.                                                                                        | 368               | 365                | 3.68         | 3.65         |
| 3  | Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, kantor Pos, kantor cabang adira yang terdekat, dan pada Dealer rekanan adira yang terdapat teller dealer Adira. | 393               | 368                | 3.93         | 3.68         |
| 4  | Pelayanan jaminan kembali BPKB ( <i>Refinancing</i> ) sepeda motor untuk mendapatkan Uang tunai khusus nasabah Adira Finance.                                                  | 389               | 384                | 3.89         | 3.84         |
| 5  | Kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.                                                                                                    | 341               | 359                | 3.41         | 3.59         |
| 6  | Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.                                                                                                   | 345               | 359                | 3.45         | 3.59         |
| 7  | Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.                                                                                                                    | 380               | 379                | 3.80         | 3.79         |
| 8  | PT Adira Finance Bertanggung jawab terhadap keamanan seperti di asuransikannya kendaraan.                                                                                      | 421               | 409                | 4.21         | 4.09         |
| 9  | Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan.                                                                                                                 | 371               | 369                | 3.71         | 3.69         |
| 10 | Kebersihan dan kerapian ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah.                                                                                                       | 411               | 409                | 4.11         | 4.09         |
|    | <b>Rata-rata (X dan Y)</b>                                                                                                                                                     |                   |                    | <b>3.812</b> | <b>3.794</b> |

Keterangan :  $\bar{X}$  dan  $\bar{Y}$  = Nilai rata-rata dari 100 orang responden

Sumber : Hasil Perhitungan Kuisisioner



## B. DIAGRAM KARTESIUS

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis tersebut, maka dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu :

1. Kuadran A menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa yang sangat penting bagi pelanggan, akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga menimbulkan kekecewaan rasa tidak puas.
2. Kuadran B menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa pokok yang dianggap penting oleh pelanggan/nasabah telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan, maka kini kewajiban dari perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya.
3. Kuadran C menunjukkan, bahwa unsur-unsur yang memang dianggap kurang penting oleh pelanggan dimana sebaiknya perusahaan menjalankannya secara sedang saja.
4. Kuadran D menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak perusahaan/ sangat memuaskan. Hal ini, dianggap berlebihan.

Dari beberapa faktor-faktor hasil analisa satu persatu dimasukkan ke dalam diagram kartesius sebagaimana Gambar : 4.1.



Hasil pengukuran unsur-unsur jasa ini berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya yang memungkinkan pihak perusahaan untuk dapat menitikberatkan usaha-usaha pernaikan untuk hal-hal atau atribut yang benar-benar dianggap penting saja oleh para pelanggan/konsumen, agar dapat memuaskan. Untuk memperoleh titik-titik pada diagram kartesius ( Gambar 4.1), sebelumnya perlu dihitung terlebih dahulu nilai rata-rata dari rata-rata. Hasil hitungan dapat terlihat pada tabel 4.21.

Dalam Gambar 4.1 dari Diagram kartesius ini terlihat, bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/konsumen PT. Adira Dinamika Multifinance, Tbk. Terbagi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### *1. Kuadran A*

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Dalam hal ini, tidak terdapat faktor-faktor yang termasuk didalam kriteria ini.

#### *2. Kuadran B*

Menunjukan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk. Berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan

kepentingan dan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan/konsumen.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah :

- Kecepatan informasi persetujuan pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan. (=1)
- Pelayanan jaminan kembali BPKB (Refinancing) sepeda motor untuk mendapatkan uang tunai khusus nasabah Adira Finance. (=4)
- Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan. (=8)
- Kebersihan dan kerapian ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah. (=10)

### 3. *Kuadran C*

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran C ini adalah :

- Pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu. (=2)
- Kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul. (=5)
- Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan. (=6)
- Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. (=7)

- PT. Adira Finance bertanggung jawab terhadap keamanan seperti diasuransikannya kendaraan. (=9)

#### 4. Kuadran D

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk, berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik oleh PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk, sehingga sangat memuaskan, akan tetapi menjadi lebih mahal. Adapun faktor yang termasuk didalam kuadran C adalah :

- Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, Kantor POS, Kantor cabang Adira terdekat, dan pada dealer rekanan yang terdapat teller dealer Adira. (=3)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian, analisis, yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, bahwa ada hal-hal yang perlu dipertahankan, diperhatikan dan diperbaiki oleh pihak perusahaan agar sesuai dengan tingkat harapan pelanggan atau konsumen.

Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran A kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Dalam hal ini, tidak terdapat faktor-faktor yang termasuk didalam kriteria ini.
2. Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran B merupakan faktor-faktor yang perlu diperhatikan pelaksanaannya, karena sudah sesuai dengan harapan pelanggan.

Adapun faktor-faktor tersebut adalah :

- Kecepatan informasi persetujuan pembiayaan sepeda motor pelanggan dan sesuai dengan yang diinginkan. (=1)
- Pelayanan jaminan kembali BPKB (Refinancing) sepeda motor untuk mendapatkan uang tunai khusus nasabah Adira Finance. (=4)

- Petugas memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan. (=8)
  - Kebersihan dan kerapian ruangan tempat pembayaran dan informasi nasabah. (=10)
3. Kuadran C merupakan faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh pelanggan, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup oleh perusahaan. Faktor-faktor itu adalah :
- Pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu. (=2)
  - Kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul. (=5)
  - Kemampuan petugas cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan. (=6)
  - Petugas melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan. (=7)
  - PT. Adira Finance bertanggung jawab terhadap keamanan seperti diasuransikannya kendaraan. (=9)
4. Kuadran D merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh perusahaan, namun dinilai kurang penting oleh pelanggan, sehingga terkesan berlebihan. Adapun faktor yang termasuk didalam kuadran C adalah :
- Pelayanan pembayaran angsuran dimana saja seperti melalui ATM, Kantor POS, Kantor cabang Adira terdekat, dan pada dealer rekanan yang terdapat teller dealer Adira.(=3)

## B. SARAN

Dalam penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat juga dari berbagai karakteristik responden ada, ada yang karakternya tempramental, pendiam/pasif, dan ada juga yang karakternya ramah/supel. Hal ini yang diambil penulis agar penelitian ini dapat maksimal dan tidak berpihak oleh pihak manapun sehingga hasilnya akan banyak membantu dalam meningkatkan kinerja dan pelayanan kepada konsumen pada PT Adira Dinamika Multifinance,Tbk.

Dari uraian pada bab-bab sebelumnya dari kesimpulan yang ada, maka pada akhir bab ini penulis akan memberikan saran-saran yang mungkin dapat berguna bagi pembangunan dan pengembangan perusahaan yang bersangkutan.

juga sebagai berikut :

1. Pada kapasitas *Realibility* yang dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup oleh perusahaan yaitu pelayanan pembayaran angsuran dan pengambilan BPKB yang ramah dan selalu siap membantu, yang dalam hal ini dianggap masih cukup/kurang memuaskan pelanggan. Hal ini harus segera dibenahi agar tercipta kualitas pelayanan yang memuaskan.
2. Petugas harus dapat lebih meningkatkan kapasitas *Responsiveness* terhadap kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul dan terhadap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Untuk meningkatkan *Responsiveness* tersebut perlu dilakukan briefing atau penerapan dengan melakukan training kepada karyawan

terutama pada bagian customer service, Collection/ARO, teller ataupun bagian lainnya yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja dan harapan pelanggan atau konsumen. Pemberian training juga harus dilihat kemampuan masing-masing karyawan dalam bidang yang ada karena seseorang yang dapat memberikan secara optimal kemampuannya kepada perusahaan sehingga respon yang diberikan dapat positif dan menyenangkan (*The right man and the right place*) yang artinya orang yang benar dan di tempatkan yang benar sesuai dengan kemampuan petugas. Apabila diletakkan orang yang salah atau yang tidak cocok pada pekerjaan yang ia lakukan maka pekerjaan tidak akan maksimal, PT Adira Finance harus meroling petugas yang dirasa kurang baik kinerja atau diperbaiki kinerjanya. Alasan lainnya training akan banyak membantu karyawan bagaimana melakukan pekerjaan secara efisien dan memberikan pelayanan yang disenangi oleh pelanggan.

3. Pada kapasitas Assurance ini petugas diharapkan agar dapat lebih melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan yang dalam hal ini dianggap cukup/kurang memuaskan. Perlu hal ini dilakukan perbaikan agar petugas dapat meningkatkan kinerjanya, lebih memahami kebutuhan pelanggan, memberikan informasi selengkap mungkin dan memberikan bantuan informasi yang dapat memuaskan pelanggan. Pada saat penulis melakukan penelitian hal ini kurang dapat memberikan rasa kepuasan pada pelanggan misalnya saja pada saat nasabah menanyakan informasi ke bagian Reception yang dalam hal ini masih dilakukan oleh security,

security kurang mengetahui dan memahami segala aturan atau informasi yang ada. Petugas lain yang dapat memberikan informasi yaitu Customer Service, karena banyaknya nasabah yang ditangani sehingga Customer Service hanya bisa melakukan komunikasi yang singkat dan kurang efektif.

4. Pada kapasitas *Emphaty*, Petugas diharapkan agar lebih memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan misalnya saja dengan lebih memahami apa kebutuhan dari pelanggan, dan memperhatikan segala keinginan pelanggan. Contohnya dengan bersikap ramah, membantu memberikan data yang dibutuhkan, menyediakan hadiah atau souvenir khusus dll.

Hal seperti diatas mudah-mudahan dapat berguna bagi peningkatan pelayanan PT Adira Dinamika multifinance,Tbk khususnya cabang Bogor tempat penulis melakukan penelitian. Tak lupa penulis juga menghaturkan terima kasih banyak atau bantuan dan kerjasamanya selama ini sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik tanpa ada halangan apapun di kantor PT Adira Dinamika Multifinance,Tbk cabang Bogor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangkuti, 2002, Measuring Customer Satisfaction : Teknik mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler Philip, 2000, Manajemen pemasaran, Analisis, Perencanaan Implementasi dan control, Jakarta prenhallindo
- , 2000. Manajemen pemasaran, analisis, perencanaan implementasi dan pengendalian, Edisi delapan Jakarta, erlangga.
- Supranto, J prof, MA, 2006 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar, cetakan ke tiga penerbit Rineka Cipta Jakarta.
- Supranto, J Prof, MA, 2001 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar, Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiyono, 1997, Metode Penelitian Administrasi
- Soehartono Irawan, 1998 Metode Penelitian sosial
- Supramono, Oktavian, 2005, Desain proposal penelitian Studi Pemasaran Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, frandy, 2000. Manajemen jasa, Yogyakarta : Andy
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan praktek), Jakarta : Salemba empat.
- Payne Andrian, 2000. The essence of services marketing pemasaran jasa, yogyakarta : person education asia.
- Moenir H.A.S, 1997 Pelayanan pelanggan dan pelayanan prima, Jakarta.
- Tjiptono, Frandy.1997 Strategi Pemasaran. Edisi kedua cetakan pertama penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husen.1997. Macam-macam kepuasan pelanggan. Cetakan pertama penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Yoeti, Oka. 1999 “ Consumer Service cara efektif memuaskan konsumen” cetakan pertama. Pradya paramita Jakarta.