



RANCANG BANGUN APLIKASI ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. LOVELY CORPIN TOUR & TRAVEL SURABAYA

Hermawati Tika Ayu,¹⁾ Sulistiowati²⁾ Julianto Lemantara³⁾

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi

STMIK STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) cahyasaputri91@yahoo.co.id, 2) sulist@stikom.edu, 3) julianto@stikom.edu

Abstract PT. Lovely Corpin Tour & Travel is a company that serving for domestic and international tour including Bali, Manado, Singapore, Bangkok, Thailand, and Malaysia. This company has a problem to analyze customer satisfaction level from the strongest until the weakest. It happens because there are so many complaints and questionnaires which are filled by customers that haven't all been recapitulated. The problem can be solved by a customer satisfaction application to know the level of customer satisfaction from the strongest until the weakest. Customer satisfaction application created by declaring the independent and dependent variables. Based on the independent and dependent variables, a cause and effect can be found so that a customer satisfaction application is using multiple linear regression. Next steps are to implement and evaluate the application to make sure it runs as expected. The results showed that the application has testing values of 100% and is feasible. Based on the results of the test, the application is used by 65 users, the result service quality factor that the effect of customer satisfaction is an empathy factor of 58,45%.

Keywords: Application Effect Of Analysis Service Quality, Customer Satisfaction, Multiple Linear Regression.

PT. Lovely Corpin Tour & Travel. Perusahaan pelayanan jasa yang bergerak di bidang tour dan travel ini bertempat di Prapen Indah Blok B-11 Surabaya. Pada awalnya, PT. Lovely Corpin Tour & Travel hanya menawarkan program paket tour wisata ke luar negeri misalnya Hongkong, Singapore, Bangkok, Cina, Thailand, dan Australia. Dalam perkembangannya, PT. Lovely Corpin Tour & Travel membuka paket tour wisata domestik seperti Bali, Manado dan Papua. PT. Lovely Corpin Tour dan Travel memberikan dua buah pelayanan paket, yaitu paket bersifat reguler dan paket bersifat *request* (permintaan) baik secara pribadi maupun *group* (instansi/lembaga pemerintahan). Pelanggan yang datang

kebanyakan adalah pengusaha swasta dan perbankan. PT. Lovely Corpin Tour & Travel juga melayani pembuatan visa dan paspor, serta pemesanan tiket pesawat dan hotel. PT. Lovely Corpin Tour & Travel juga bekerjasama dengan beberapa maskapai penerbangan antara lain adalah Sriwijaya Air, Garuda, Citilink dan Lion Air. Sistem pemesanan paket wisata yang ditawarkan pada PT. Lovely Corpin Tour & Travel sangat sederhana, yaitu pelanggan bisa melihat promosi yang ditawarkan via brosur, *facebook*, dan *twitter*. Jika pelanggan berminat memesan, maka pelanggan bisa melakukan pemesanan via telepon. Apabila paket yang dipesan masih tersedia, maka pelanggan dapat melakukan pembayaran melalui ATM atau

Online Banking. Selanjutnya, pelanggan dapat melakukan konfirmasi melalui SMS pada bagian pemesanan untuk memastikan bahwa pelanggan sudah mentransfer uang melalui ATM atau *Online Banking*.

PT. Lovely Corpin Tour & Travel telah mengalami penurunan pada tiga tahun terakhir, sehingga mengakibatkan laba perusahaan memiliki kecenderungan menurun. Hal ini tidak diharapkan oleh perusahaan, karena profit perusahaan bergantung kepada jumlah pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan. PT. Lovely Corpin Tour & Travel tidak menginginkan terjadinya penurunan pelanggan yang berkelanjutan. Dalam situasi ini manajemen PT. Lovely Corpin Tour & Travel dituntut untuk selalu peka terhadap perubahan-perubahan perilaku pelanggan agar dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan.

PT. Lovely Corpin Tour & Travel menerima beberapa keluhan dari pelanggan seperti tidak tepat waktu, keterlambatan jadwal, kurangnya respon terhadap masalah di lapangan, ketidaknyamanan penginapan, tidak cocoknya menu makanan, dan harga mahal untuk keadaan tertentu dari pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Lovely Corpin Tour & Travel. Keluhan tersebut belum dapat ditampung karena pada PT. Lovely Corpin Tour & Travel belum menyediakan bagian pelayanan keluhan pelanggan. Menurut Kotler (2008), keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terjadinya penurunan pelanggan atau peralihan pelanggan. Hal ini telah dibuktikan dari hasil penelitian Harjanto (2010), bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penyebab terjadinya penurunan pelanggan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

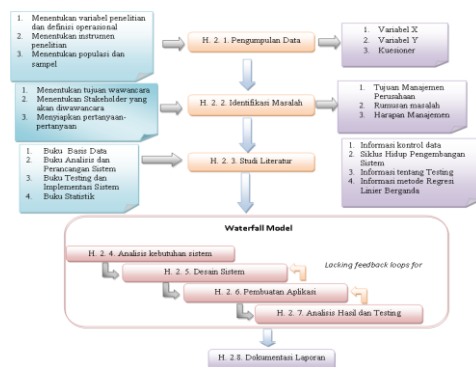
Pada saat ini manajemen PT. Lovely Corpin Tour & Travel berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan menambah divisi *Customer Service Officer* (CSO). Divisi CSO merupakan tempat bantuan pelayanan pelanggan dan sebagai media untuk menyampaikan ketidakpuasan pelanggan serta memberikan saran untuk perusahaan agar lebih baik. Pencatatan oleh divisi CSO dilakukan secara manual pada buku. Akibat dari pencatatan yang masih manual adalah divisi CSO kesulitan untuk melakukan perekapan data keluhan pelanggan setiap bulannya. Hal ini membutuhkan waktu yang lama dan tingkat ketelitian yang tinggi. Selain pencatatan yang masih dilakukan secara

manual selama ini manajemen PT. Lovely Corpin Tour & Travel belum pernah melakukan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga manajemen kesulitan mengetahui faktor yang lemah dalam kualitas pelayanan yang diberikan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dari permasalahan di atas, pihak manajemen PT. Lovely Corpin Tour & Travel membutuhkan sebuah aplikasi analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan untuk membantu memperoleh informasi adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu, pada penelitian ini perlu dibangun aplikasi analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Lovely Corpin Tour & Travel sehingga manajemen dapat memperoleh informasi dan mengetahui faktor yang paling lemah dalam kualitas pelayanan manajemen yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sehingga manajemen dapat meningkatkan kembali kualitas pelayanan agar jumlah pelanggan dapat meningkat.

METODE Analisis Dan Perancangan Sistem

Berdasarkan Whitten, dkk. (2004), prosedur pengembangan mencakup beberapa hal yaitu: pengumpulan data, identifikasi masalah, studi literatur untuk bahan belajar, dan waterfall model. Waterfall model antara lain berisi proses analisis kebutuhan sistem, desain sistem, pembuatan aplikasi, analisis hasil dan testing, dan dokumentasi laporan yang terdapat pada



Gambar 1.

Gambar 1. Langkah-Langkah Analisis Sistem

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini ada beberapa langkah yang harus dilakukan antara lain adalah:

- a. Menentukan variabel penelitian dan definisi operasional.
 - b. Menentukan instrumen penelitian.
 - c. Menentukan populasi dan sampel.
2. Identifikasi Masalah

Tahap awal dalam pengembangan sistem adalah identifikasi masalah. Dalam identifikasi masalah kegiatan yang dilakukan adalah melakukan wawancara, menentukan stakeholder serta menyiapkan pertanyaan-pertanyaan. Hal ini digunakan untuk mengetahui tujuan manajemen perusahaan, masalah yang terjadi, serta harapan manajemen.

Pada penelitian ini, masalah yang diidentifikasi adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang dalam hal ini menggunakan pemodelan *Service Quality (servqual)*, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang selanjutnya akan dipakai sebagai variabel bebas. Lima dimensi kualitas pelayanan yang dimaksud yaitu:

- a. Variabel X1 adalah dimensi tampilan fisik (*Tangibles*)
- b. Variabel X2 adalah dimensi keandalan (*Reliability*)
- c. Variabel X3 adalah dimensi daya tanggap (*Responsiveness*)
- d. Variabel X4 adalah dimensi jaminan (*Assurance*)
- e. Variabel X5 adalah dimensi empati (*Empathy*)

Sementara itu, variabel terkait (Y) adalah kepuasan pelanggan

3. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan PT. Lovely Corpin Tour & Travel Surabaya sebanyak 1845 orang. Sampel yang digunakan adalah pelanggan yang minimal pernah menggunakan layanan jasa PT. Lovely Corpin Tour & Travel Surabaya.

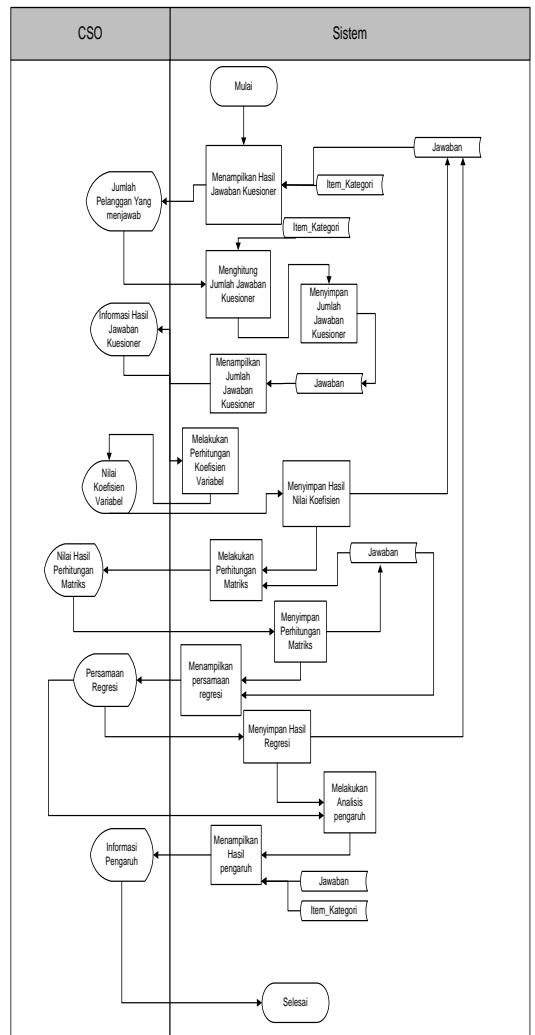
4. Analisis Kebutuhan Sistem

Dari analisis kebutuhan didapatkan kebutuhan berdasarkan pengguna yaitu manajemen membutuhkan informasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan selama ini sudah baik atau belum. Hal ini dibutuhkan manajemen sebagai bahan penilaian manajemen dalam kualitas

pelayanan terhadap pelanggan selama ini. Selain itu manajemen memerlukan informasi faktor yang paling lemah dalam kualitas pelayanan terhadap pelanggan yang digunakan untuk bahan evaluasi manajemen agar dapat mengetahui faktor paling lemah dan dapat meningkatkan kembali kualitas pelayanan.

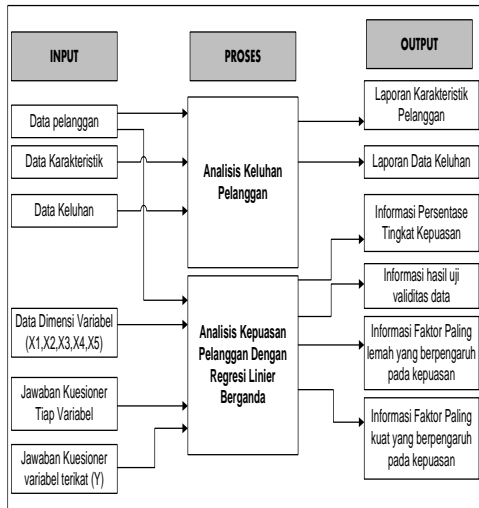
5. Desain Sistem

Desain sistem pada aplikasi yang akan dirancang menggunakan *System Flow*, *Data Flow Diagram (DFD)* yang menggambarkan aliran data. Database didesain menggunakan *Entity Relationship Diagram (ERD)* yang dirubah dalam bentuk *Conceptual Data Model (CDM)* dan *Physical Data Model (PDM)*.



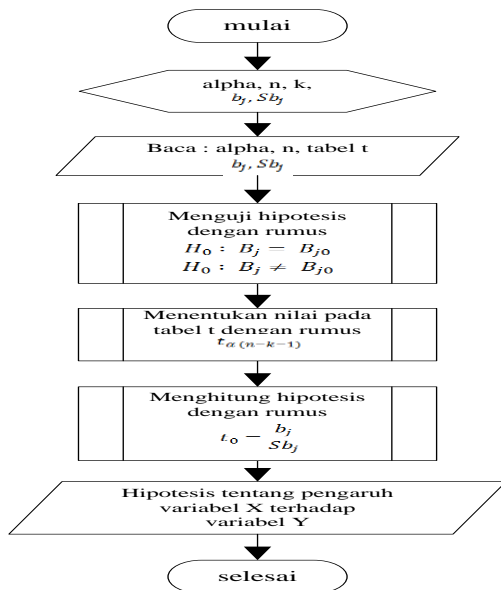
Gambar 2. System Flow Menganalisis Hasil Jawaban Kuesioner

Berikut adalah blok diagram dari sistem yang dibangun.



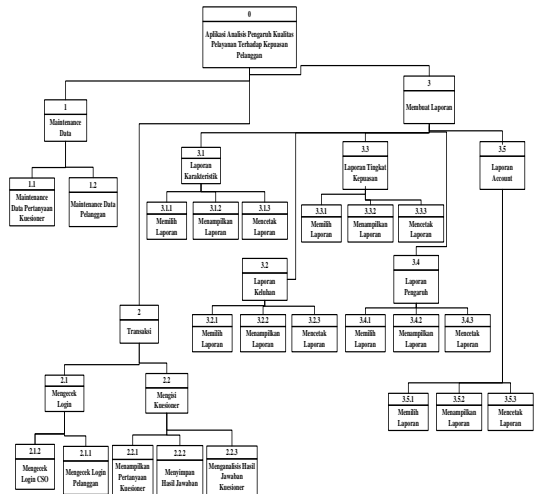
Gambar 3. Blok Diagram Aplikasi Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berikut adalah Gambar 4 menunjukkan perancang procedural aplikasi analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode regresi linier berganda.



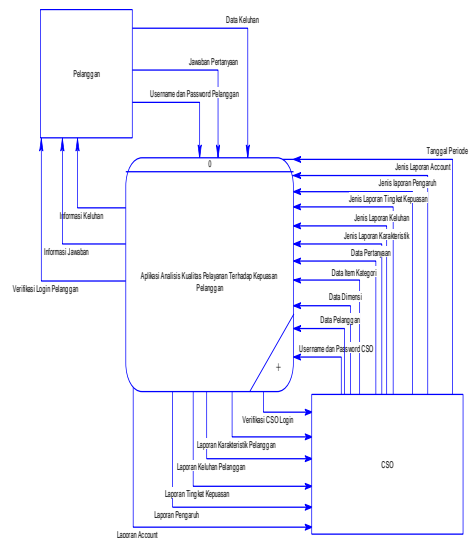
Gambar 4. Flow Chart Regresi Linier Berganda

Berikut adalah Gambar 5 menunjukkan Diagram Jenjang Proses Aplikasi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.



Gambar 5. Diagram Jenjang Proses Aplikasi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berikut adalah Desain Context Diagram untuk perangkat lunak yang akan dikembangkan.



Gambar 6. Diagram Context Aplikasi Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari aplikasi analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah laporan karakteristik pelanggan, data keluhan, tingkat kepuasan pelanggan, hasil uji validitas, dan laporan pengaruh.

Berikut laporan-laporan yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

ID	NAMA	USERNAME	PASSWORD	NO. HP	ALAMAT	JENIS	JUMLAH
1	pelanggan 1	pelanggan1	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
2	pelanggan 2	pelanggan2	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
3	pelanggan 3	pelanggan3	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
4	pelanggan 4	pelanggan4	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
5	pelanggan 5	pelanggan5	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
6	pelanggan 6	pelanggan6	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
7	pelanggan 7	pelanggan7	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
8	pelanggan 8	pelanggan8	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
9	pelanggan 9	pelanggan9	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000
10	pelanggan 10	pelanggan10	sekal	surabaya	30	sewa	3,000,000

Gambar 7. Laporan Karakteristik Pelanggan

Pada Gambar 7 menunjukkan halaman laporan karakteristik pelanggan merupakan salah satu halaman *home* administrator untuk mengetahui laporan karakteristik pelanggan. Laporan karakteristik pelanggan menampilkan jumlah pelanggan yang sudah mengisi kuesioner dan menunjukkan persentase pelanggan loyal dan tidak loyal. Pada halaman laporan karakteristik pelanggan terdapat *tombol* print yang digunakan untuk mencetak laporan.

No	Tanggal	Kategori	Jumlah
1	2013-03-08	pelanggan 10	barang rusak
2	2013-03-08	pelanggan 1	area parkir sempit

Gambar 8. Laporan Data Keluhan

Pada Gambar 8 laporan data keluhan merupakan salah satu halaman *home* administrator untuk mengetahui jumlah pelanggan yang mengeluh. Laporan data keluhan juga menampilkan persentase dari lima variabel

bebas yang dikeluarkan. Pada halaman laporan data keluhan terdapat *tombol* print yang digunakan untuk mencetak laporan.



Gambar 9. Laporan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Pada Gambar 9 Laporan tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan halaman informasi kepuasan pelanggan. Bagian CSO dapat melihat laporan dalam bentuk grafik setelah menekan *tombol* tingkat kepuasan. Laporan yang disajikan juga dapat melihat persentase kepuasan pelanggan dari jumlah pelanggan yang menjawab. Hasil dari analisis tingkat kepuasan pelanggan didapatkan susunan faktor yang paling lemah hingga paling tinggi yaitu faktor empati dengan prosentase sebesar 58,45%, jaminan sebesar 37,32%, kehandalan sebesar 36,18%, daya tanggap 17,47%, dan tampilan fisik sebesar 1,44%. Selain memberikan informasi persentase masing-masing dimensi, pada laporan ini juga memberikan informasi bahwa dari dimensi empati terdapat kategori/item kategori yang perlu diperhatikan yaitu kurangnya kepedulian karyawan dalam menyelesaikan masalah.

No	Variabel	Nilai
1	Empati	58,45%
2	Jaminan	37,32%
3	Kehandalan	36,18%
4	Daya Tanggap	17,47%
5	Tampilan Fisik	1,44%

Gambar 10. Laporan Pengaruh

Pada Gambar 10 Laporan pengaruh berisi informasi atau laporan pengaruh lima

dimensi yaitu tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 66,51%.

SIMPULAN

Setelah melakukan perancangan, pengembangan, implementasi dan uji coba aplikasi analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dapat ditunjukkan bahwa aplikasi analisis yang dibuat layak digunakan dengan nilai kesuksesan uji coba sistem sebesar 100%. Uji coba aplikasi dengan menggunakan 65 responden pada PT. Lovely Corpin Tour & Travel Surabaya, dapat ditunjukkan bahwa aplikasi dapat melakukan analisis berdasarkan lima faktor kualitas pelayanan yaitu faktor tampilan fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan uji coba tersebut diperoleh nilai sebesar 66,51%. Selain itu dapat diketahui bahwa faktor dari kualitas pelayanan yang paling berpengaruh adalah faktor empati dengan nilai pengaruh sebesar 58,45%

RUJUKAN

- Harjanto, Nur Ryan. 2010. Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang). Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2004. *Principles of Marketing, 9th edition*. Inc. New Jersey: Prentice Hall International.
- Kotler, P. dan Keller, Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran, edisi ke-12*. Jakarta: PT. Indeks.

