

LAPORAN PENELITIAN
PENELITIAN DASAR KEILMUAN (PDK)



PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN AMAL USAHA MUHAMMADIYAH, PIMPINAN
DAERAH MUHAMMADIYAH KOTA TANGGERANG, BANTEN

PENELITI
H.SUBALI, M.Hum.,MM.
NIDN.0326125701

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2020

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Daftar Isi	iv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. PERUMUSAN MASALAH.....	3
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. PENEGASAN BEBERAPA ISTILAH.....	5
B. PELANGGAN DAN POTENSI PELAYANAN	6
C. HAK SERTA PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	11
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	
A. TUJUAN PENELITIAN	13
B. MANFAAT PENELITIAN	13
BAB IV : METODE PENELITIAN	
A. DESAIN PENELITIAN	15
B. HIPOTESA KERJA	15
C. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	16
D. ANALISIS DATA	17
BAB V: HASIL DAN LUARAN PENELITIAN	
A. HASIL PENELITIAN	21
B. PEMBAHASAN	30
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN	35
B. SARAN	36
DAFTAR PUSTAKA	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada era digital saat ini secara empiris dapat diamati pergeseran monopoli dari perusahaan manufaktur ke perusahaan pengecer raksasa, pertumbuhan dan perkembangan merek-merek baru, meningkatnya kepekaan pelanggan/konsumen terhadap model, harga, merek standar, kemudahan dalam membeli barang dan jasa serta jaminan kualitas produk dan, sehingga mengharuskan perusahaan selalu melakukan inovasi, bekreasi, serta mencermati, memahami, memenuhi, mengikuti selera pelanggan/konsumennya agar pelanggan/konsumen tetap loyal, setia, dan selalu membeli produk dan jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut. Persaingan sangat tajam, baik antar perusahaan nasional, perusahaan nasional dengan perusahaan internasional maupun persaingan perusahaan multi nasional dengan perusahaan internasional, baik pada perusahaan skala kecil, menengah maupun perusahaan dengan skala besar rangka memperebutkan pangsa pasar yang terkait dengan produk dan jasa yang dihasilkannya maupun perebutan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam berbagai bidang bisnis dari klub-klub bola maupun perusahaan oleh para pelau bisnis guna untuk meningkatkan kuantitas penjualan produknya, yang sekaligus meningkatkan keuntungan perusahaan dimaksud. Kenapa terjadi perebutan Sumber Daya Manusia ? karena mereka mampu memberikan Pelayanan Prima, baik pada sisi produksi, pemasaran serta dalam bidang distribusi, barang dan jasa.

Perlakuan SDM yang bergitu istimewa seperti pada kasus di atas dapat kita pahami bahwa Perusahaan-perusahaan nasional maupun perusahaan internasional memandang dan memperlakukan SDM tidak lagi diperlakukan sesuai keinginan dan keputusan pimpinan, tetapi saat ini SDM diperlakukan sebagai subjek yang harus diperlakukan dan diperhatikan dalam pemberian gaji yang memadai maupun fasilitas social lainnya, misalnya dalam bentuk pemberian bonus, cuti sekaligus tunjangan rekreasi tiap tahun, gaji, tunjangan jabatan, fasilitas kesehatan, kendaraan, perumahan, pendidikan dan latihan serta penghargaan lainnya. Perlakuan istimewa terhadap SDM dapat kita pahami, dengan maksud agar SDM bisa bekerja secara aman, nyaman, maksimal, optimal, loyal serta professional di bidangnya masing-masing sehingga kualitas pelayanan semakin baik dan prima, pada akhirnya diharapkan tujuan perusahaan tercapai, keuntungan meningkat serta SDM bertambah sejahtera, perusahaan dapat berkembang dan bersaing

secara sehat ditengah-tengah perkembangan ekonomi global yang kurang memberikan kepastian untuk berusaha.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka yang menjadi pertanyaan kenapa kita harus memberikan pelayanan sebaik-baiknya atau pelayanan prima kepada masyarakat pelanggan/konsumen. Apakah pelayanan prima itu penting ? Secara empiris dapat dikemukakan bahwa jika perusahaan belum memiliki pelanggan/konsumen yang memadai, maka perusahaan tersebut harus berusaha keras, dengan strategi yang sempurna guna menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya, kegiatan ini sudah pasti memerlukan tenaga pemasaran yang yang tidak sedikit. Kemudian dari segi waktu, perusahaan memerlukan banyak waktu karena harus menyiapkan, merancang, melaksanakan, mengevaluasi promosi. Dalam pelaksanaan promosi maka akan diperkenalkan dengan teliti, cermat dan sungguh-sungguh produk dan jasa, menarik hati calon pelanggan/konsumen dengan membentuk pencitraan yang positif. Promosi ini dilaksanakan melalui pengenalan produk, presentasi produk, penyebaran brosur, acara promosi penjualan serta iklan baik melalui mass-media, media elektronik, maupun melakukan komunikasi primer dengan calon pelanggan/konsumen. Semua kegiatan di atas pemikiran-pemikiran yang innovative-kreatif, membutuhkan dana, waktu yang sangat banyak dan lama. Pada sisi lain, semua aktifitas yang dilaksanakan di atas kadang-kadang belum tentu mencapai target seperti yang diharapkan mengingat banyak Kompetitor-kompetitor lama maupun baru, dimana mereka juga memiliki SDM memadai, strategi pemasaran yang baik, jaminan kualitas produk serta keunggulan tempat yang strategis. Sesuai analisis di atas maka dapat dikatakan bahwa mencari pelanggan/konsumen baru membutuhkan 5(lima) kali lipat dari pada membina pelanggan/konsumen yang sudah ada.(Nina Rahmayanti, 2015:4). Sebaliknya apabila perusahaan memilih opsi berikutnya yaitu dengan selalu intensif berkomunikasi, menjalin hubungan yang harmonis istiqamah melalui pemberian pelayanan prima, kemudian pelanggan/konsumen senang, serta puas dengan pelayanan prima SDM perusahaan, maka pelanggan/konsumen akan selalu mencari produk dan jasa yang kita jual, pelanggan/konsumen akan menunjukkan loyalitas tinggi dengan selalu membeli produk serta memberitahu dan memberi informasi kepada teman dekat, tetangga, kerabat dekat, maupun siapa saja yang dikenalnya, tentang kualitas, jaminan produk serta pelayanan prima yang kita berikan.

Di samping itu, pemilik perusahaan termasuk SDM perusahaan harus selalu menyadari serta memahami bahwa pelanggan/konsumen itu raja, pelanggan/konsumen

adalah alasan keberadaan kita, pelanggan/konsumen adalah orang yang paling penting disisi kita. Tanpa pelanggan/konsumen kita tidak mempunyai apa-apa, Pelanggan/konsumen tidak bergantung pada kita, sebaliknya kita yang bergantung kepadanya. Pelanggan/konsumen tidak mengganggu pekerjaan kita, kita bekerja untuk pelanggan/konsumen. Pelanggan/konsumen bukan orang asing pada bisnis kita, pelanggan/konsumen merupakan bagian dari kita. Jika kita tidak memahami pelanggan/konsumen, berarti kita tidak memahami bisnis kita. Kita tidak melayaninya karena kemurahan kita, tetapi pelanggan/konsumen yang memberikan kemurahan kepada kita dengan memberikan kesempatan kepada kita untuk melayaninya(Nina Rahmawati, 2015:7). Ini berarti perusahaan termasuk SDM dapat berkembang maju, memperoleh keuntungan berlipat ganda, Top manajer sampai SDM paling rendah dapat hidup sejahtera dengan bonus dan tunjangan memadai karena adanya pelanggan/konsumen yang setia pada produk yang kita miliki karena salah satunya ditentukan oleh pelayanan prima kita lakukan dengan professional, ramah, sabar, penuh empati, ditunjang dengan akhlaqul karimah seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah Sollallohu ‘alaihi wassalam.

B. PERUMUSAN MASALAH

Sesuai uraian yang disampaikan dan dijelaskan dalam pendahuluan, maka berbagai permasalahan yang dapat diungkap terkait dengan judul " Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan/Konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten adalah sebagai berikut :

1. Apakah SDM Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang mampu bekerja secara individu dan team work, memiliki system dan prosedur kerja yang jelas dan efisien, selalu meningkatkan pendidikan dan mutu kerja, memiliki hubungan kerja yang sehat, aman dan nyaman, serta sudah memperoleh imbalan/balas jasa/penghargaan yang memadai sesuai prestasinya?
2. Apakah pelanggan/konsumen mudah memperoleh pelayanan jasa yang dibutuhkannya, pelanggan/konsumen memperoleh barang dan jasa sesuai dengan jaminan kualitas produk dan jasa sesuai yang telah ditetapkan oleh lembaga berwenang missal ISO, BPPOM, ISBN, MUI dan apakah pelanggan/konsumen memperoleh harga kompetitif, dengan pelayanan prima, tepat waktu, cepat, ramah serta bertanggung jawab ?

3. Apakah SDM Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang dalam pelaksanaan tugas telah mengimplementasikan *Pelayanan Prima* sehingga Kepuasan Pelanggan/konsumen meningkat, yang pada akhirnya bermanfaat bagi perkembangan Persyarikatan Muhammadiyah untuk hari ini dan pada masa yang akan datang.
4. Apakah *Pelayanan Prima* berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan/konsumen amal usaha Muhammadiyah, Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.

Sehubungan dengan permasalahan di atas, maka untuk mencari jawaban terhadap permasalahan yang diajukan, maka peneliti akan mengemukakan beberapa tinjauan pustaka yang relevan dengan permasalahan, dengan mengemukakan beberapa pendapat dari para ilmuwan. Tinjauan pustaka dimaksudkan dalam rangka untuk mencari, mengkaji dan menganalisis beberapa pendapat, teori, hasil kajian, serta hasil penelitian dari para ilmuwan yang terkait serta berhubungan dengan semua permasalahan yang diajukan. Selanjutnya dibuat pertanyaan dalam bentuk kuessioner yang mengacu pada tinjauan pustaka. Apabila data primer telah diperoleh, maka selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan statistik sesuai dengan kaedah penelitian. Di samping itu, tinjauan pustaka juga dimaksudkan agar penelitian ini memperoleh hasil valid, benar, rational serta dapat dipertanggung jawabkan sesuai standar ilmiah yang telah ditetapkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. PENEKASAN BEBERAPA ISTILAH

Istilah pengaruh merupakan suatu bentuk hubungan korelasional, dimana antara keadaan atau variabel satu dengan yang lain mempunyai hubungan sebab akibat, keadaan yang pertama diperkirakan menjadi penyebab atau berpengaruh bagi keadaan yang kedua. Pengaruh dalam penelitian ini merupakan bentuk hubungan antara variable *Pelayanan Prima* (X) yang menjadi sebab atau berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen (Y) Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten, serta pegawai amal usahanya sebagai variable yang dipengaruhi. Dengan demikian diperkirakan antara variabel *Pelayanan Prima*(X) dan Kepuasan Pelanggan/konsumen(Y), diduga memiliki hubungan sebab akibat atau timbal balik antara kedua variable dimaksud.

Dalam kaitan ini, apabila *Pelayanan Prima* "dilibatkan" dalam pelaksanaan tugas di perusahaan atau persyarikatan Muhammadiyah oleh setiap SDM PDM Kota Tangerang serta SDM yang ada pada amal usahanya, maka akan berpengaruh positif bagi perkembangan amal usaham muhammadiyah dimasa yang akan datang.

Kompleksitas berbagai persoalan yang terjadi di dunia ini dapat disistematisasikan, dapat dipecahkan, dapat diselesaikan melalui berbagai ilmu pengetahuan, teknologi serta keterampilan atau Psikomotorik yang dikuasainya, termasuk keterampilan memberikan pelayanan prima. Keterampilan itu perlu dan penting, karena seorang berilmu belum tentu memiliki keterampilan. Hal ini sesuai dengan pendapat seorang filsuf dimana ia menyatakan bahwa jika Anda ingin hidup bertahan di dunia, maka keterampilanlah yang akan membantu Anda (Emilyasna, 2014:211). Ini berarti setiap orang idealnya harus memiliki keterampilan memberikan pelayanan prima dalam rangka pelaksanaan tugas sebagai khalifah fil Ardhi, dalam rangka mempertahankan serta mengembangkan hidup agar manusia tersebut tetap excise dan survive. Seorang pedagang, guru dan dosen harus memiliki keterampilan serta professional dalam mendidik dan mengajar, pedagang kaki lima juga harus memiliki keterampilan menjual barang dagangannya di emperen toko atau jalan, seorang akuntan harus memiliki keterampilan memadai sesuai standar akuntansi yang berlaku, cerdas dalam melakukan audit kantor pemerintah maupun swasta seorang tenaga medis harus terampil membuat diagnose serta terapi terhadap pasien yang berobat kepadanya sesuai standar yang telah ditetapkan, seorang sarjana farmasi harus

terampil dalam meracik serta memilih obat bagi masyarakat. Ini berarti apapun profesi seseorang maka ia harus memiliki keterampilan memberikan pelayanan terkait dengan ilmu yang dipelajarinya terkait dengan tugas yang dikerjakannya agar pekerjaan yang diberikan kepadanya dapat diselesaikan dengan baik, cepat efektif dan efisien, sesuai standar serta peraturan perundangan yang berlaku. Sebaliknya jika seseorang dalam bekerja tidak memiliki keterampilan memberikan pelayanan prima, dalam menjalankan tugasnya maka ia akan menghadapi resiko kegagalan dalam bekerja yang pada akhirnya ia akan ditinggalkan oleh pelanggan/konsumennya, tidak ada orang atau perusahaan yang percaya serta mau memanfaatkan SDM yang mampu memberikan pelayanan prima kepada pelanggan.

Sementara Ari Ginanjar Agustian mengatakan bahwa kecerdasan Emosi (emotional Intelligence) merupakan kecerdasan berupa ketangguhan, inisiatif, optimism, kemampuan beradaptasi dengan lingkungan. Secara sederhana kecerdasan emosi merupakan kemampuan merasa, sedangkan kunci kecerdasan emosi adalah kejujuran suara hati. Suara hati atau hati nurani harus dijadikan pedoman atau acuan atau prinsip, kekuatan serta kebijakan dalam menjalankan tugas sebagai khalifah fil Ardh(A.Ginanjar A, 2016:42). Ini berarti sebagai umat Nabi Muhammad SAW kita harus betul-betul mengimplementasikan kecerdasan emosi dalam bentuk pelayanan prima yang santun, penuh senyum, cepat, tepat waktu serta bertanggung jawab.

B. PELANGGAN/KONSUMEN DAN POTENSI PELAYANAN

Setiap perusahaan selalu memiliki visi dan misi intitusi dengan mengedepankan kualitas pelayanan prima terhadap pelanggan/konsumen, dimana pelayanan baik ini merupakan harapan utama pelanggan/konsumen. Tuntutan pelanggan/konsumen terhadap internal perusahaan oleh seluruh komponen yang ada di perusahaan baik level paling bawah sampai dengan level paling atas. Tuntutan pelanggan/konsumen kepada internal perusahaan meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. **Kebersamaan dan kerja sama dalam bekerja.** Bekerja bersama lebih baik daripada bekerja sendiri. Manajemen harus membangun *building work/team work* yg kuat, dengan inisiatif dan fleksibilitas membantu teman 1(satu) team, transparan, Suasana kerja yang kondusif, penuh integritas, dedikasi tinggi serta profesionalisme, memiliki kesadaran, kemauan, serta tanggung jawab tinggi terhadap pekerjaannya.

2. **Struktur, system, prosedur kerja yang jelas dan efisien.** Sistem kerja merupakan rangkaian kerja dan prosedur kerja yang membentuk kebulatan pola teratur dalam rangka melaksanakan pekerjaan. Prosedur kerja merupakan rangkaian dari tata kerja yang berkaitan satu sama lain sehingga menunjukkan adanya urutan tahapan serta jalan yang harus dilalui dalam rangka penyelesaian tugas.
3. **Peningkatan kualitas SDM dalam rangka peningkatan mutu kerja.** Mutu SDM menjadi kunci penentu atas kualitas pelayanan prima, juga sebagai asset dan mitra tumbuh kembangnya institusi. Potensi SDM harus digali, ditumbuhkembangkan melalui pendidikan dan pelatihan yang terarah, sistematis, terus menerus dan berkesinambungan sehingga SDM diharapkan bekerja secara efektif, efisien, professional. Profesionalitas merupakan kunci utama dalam memberikan pelayanan prima kepada pelanggan/konsumen.
4. **Hubungan kerja yang sehat, aman serta kepuasan kerja.** Manajemen perusahaan harus menciptakan suasana dan lingkungan kerja yang kondusif, nyaman, aman, menyenangkan serta meminimalisir konflik internal maupun eksternal sehingga dengan hubungan kerja sehat ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan/konsumen.
5. **Program pemberian motivasi kerja, reward bagi yang berprestasi serta penyaluran bakat.** Pegawai yang berprestasi ditingkatkan pendidikan dan pelatihannya, program jalan-jalan, imbalan khusus apabila penjualan mencapai atau melampaui target yang ditetapkan, family gathering keluarga besar karyawan, serta perayaan hari jadi perusahaan serta penyaluran bakat olah raga para pegawai. Kegiatan ini dimaksudkan guna mendidik sportivitas serta meningkatkan kebugaran tubuh antara para karyawan (Nina R, 2015:37).

Sesuai uraian di atas maka dapat dikemukakan bahwa manajemen perusahaan harus membangun *building work/team work* yang kuat, transparan, ditunjang oleh suasana kerja yang kondusif, penuh integritas, dedikasi tinggi serta profesionalitas, memiliki kesadaran, kemauan, serta tanggung jawab tinggi terhadap pekerjaannya. Disamping itu manajemen perusahaan harus menciptakan Struktur, system, prosedur kerja yang jelas dan efisien, ditunjang oleh dengan peningkatan kualitas SDM dalam rangka peningkatan mutu kerja, karena SDM yang bermutu serta profesionalitas karyawan menjadi kunci penentu atas kualitas pelayanan prima kepada pelanggan/konsumen. Manajemen perusahaan harus menciptakan suasana dan

lingkungan kerja yang kondusif, nyaman, aman, menyenangkan serta meminimalisir konflik internal maupun eksternal sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan/konsumen.

Program pemberian motivasi kerja, reward bagi yang berprestasi serta penyaluran bakat juga harus diperhatikan oleh manajemen. Pegawai yang berprestasi ditingkatkan pendidikan dan pelatihannya, program jalan-jalan, imbalan khusus apabila penjualan mencapai atau melampaui target yang ditetapkan, family gathering keluarga besar karyawan serta membina kesehatan fisik karyawan guna menciptakan sportivitas serta meningkatkan kebugaran tubuh para SDM yang ada perusahaan, karena akal yang sehat terdapat dalam tubuh yang sehat.

Selanjutnya akan diuraikan harapan eksternal pelanggan/konsumen. Keinginan dan tuntutan eksternal ini jika diperhatikan, dipenuhi, serta diimplementasikan dalam melayani pelanggan/konsumen maka akan melahirkan pelanggan/konsumen yang loyal, setia serta cinta mati terhadap produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dimaksud. Tuntutan eksternal pelanggan/konsumen kepada perusahaan meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. **Kemudahan memperoleh barang dan jasa (*easy to get*).** Kemudahan ini meliputi penampilan fisik, peralatan, personil, materi komunikasi dan lain sebagainya. Super Market, TOSERBA, Mall, penjual barang dan jasa dengan label one stop shopping (OSS), dimana sarana belanja tersebut menyediakan semua produk lengkap dari A sampai Z, sehingga pelanggan/konsumen bisa menghemat waktu, uang, serta tenaga karena untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkannya pelanggan/konsumen cukup datang pada salah satu toserba tertentu, maka pelanggan/konsumen sudah mendapatkan seluruh kebutuhan yang diinginkannya.

Property pola pelayanan *one stop bulding*(OSB) pada apartemen, mall, kebun binatang, taman safari, dimana property dengan pola OSB menyediakan berbagai fasilitas antara lain pendidikan, supermarket, gym, fitness, lapangan jogging track, restaurant, café, klinik, hospot, kolam renang, laundry, salon sehingga pelanggan/konsumen tidak mencari kebutuhan yang diinginkan pada area lain.

Pola pelayanan *one stop service* (OSS) atau *24 haours one stop*. Pola OSS pelanggan/konsumen tidak perlu antri guna mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan, karena pola OSS terbuka selama 24 jam, sehingga

pelanggan/konsumen dengan kesibukan kerja yang padat dapat memperoleh sesuatu yg diinginkan kapan saja.

Pola jemput bola (PJB). PJB ini institusi mendatangi pelanggan/konsumen pada tempat keramaian seperti perumahan, mall, pusat perbelanjaan, sekolah-sekolah. PJB ini telah diimplementasikan oleh kantor pos guna melayani masyarakat yang membutuhkan benda-benda pos, pengiriman uang, pembayaran telpon, listrik serta bentuk tagihan lainnya. Kepolisian dengan mobil keliling pelayanan perpanjangan SIM bagi masyarakat, perusahaan dan dealer kendaraan dengan merek tertentu memberikan pelayanan di jalan-jalan utama guna memberikan pelayanan pada masyarakat yang mudik lebaran pada sebelum, menjelang dan sesudah hari raya 'idul fitri

2. **Kualitas barang dan jasa (*quality and reliability*)**. Perusahaan memiliki jaminan mutu (*quality insurance*) dengan mengacu pada *international Organization for Standardization*, Standard uji ISO standar mutu internasional. Sementara produk makanan, minuman, obat, kosmetik berlabel depkes, BPPOM, sertifikasi halal-haram MUI, klinik Dermatologis bagi kosmetik. Buku ber ISBN atau produk tersebut memiliki *grade super brand, top brand* akan lebih dieprcaya oleh pelanggan/konsumen karena standar uji kualitas dan keandalannya.
3. **Harga kompetitif (*competitive price*)**. Pelanggan/konsumen biasanya sangat memperhatikan pada aspek ini. Harga barang dan jasa bersaing pada pasar yang sehat, dari harga yang terendah sampai harga termahal dengan system paket, diskon, *special price, member card, buy one get two, sale* dan lain sebagainya. Strategi ini dengan ditunjang pelayanan prima membuat pelanggan/konsumen loyal pada perusahaan tersebut.
4. **Palayanan cepat, tepat, dan ramah (*best service*)**. Pelayanan cepat diartikan tersedianya beberapa nomor telepon/nomor ekstension perusahaan, ketersediaan buku panduan, brosur/*product knowledges*, ketersediaan beberapa loket, teller serta customer service. Lebih banyak cabang pembantu, delivery services (pelayanan antar), *drive tru*(dapat ditunggu di mobil) paket antar gratis, transaksi bisnis melalui internet, pembayaran online. Pelayanan cepat, tepat dan responsive, yaitu kesigapan dan ketulusan dalam melayani dan menjawab pelanggan/konsumen serta kemampuan ber-empaty pada pelanggan/konsumen serta pelayanan prima/tepat waktu

5. **Layanan purna jual sebagai jaminan dan tanggung jawab atas barang dan jasa yang dibeli pelanggan/konsumen(*after sales service*).**

Pembelian atas barang/benda bergerak dengan jaminan penggantian sama kualitas dan sama harganya dengan syarat barang atau benda bergerak tersebut belum sempat dipakai atau produk yang dijualnya cacat.

Jaminan pemeliharaan barang untuk waktu tertentu, service gratis, dan suku cadang gratis dalam kurun waktu yang ditetapkan perusahaan.

Penyediaan tempat service gratis/service center yang mudah diakses dan dijangkau pelanggan/konsumen untuk mendapatkan pelayanan, disamping itu juga penyediaan suku cadang asli dan lengkap dengan berbagai merek dengan harga murah terjangkau oleh pelanggan/konsumen.

Penyediaan tempat menerima pengaduan klaim dari pelanggan/konsumen yang dapat menampung dan menangani keluhan/complain secara langsung/tatap muka dan layanan keluhan melalui telpon/call center.

Jaminan atas jasa ini berupa penggantian kerugian baik materi maupun immateri, apabila perusahaan wan prestasi dalam pemberian jasa. Dalam hal ini pihak manajemen harus extra berhati-hati, karena jika pelanggan/konsumen sudah kecewa atas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka akan sulit mengembalikan kepercayaan pelanggan/konsumen karena membutuhkan waktu yang lama dengan biaya yang besar, dibanding dengan perbaikan mutu produk dan siklus perbaikan produk (*product life cycle*), misalnya perusahaan transportasi pesawat terbang maupun bus yang mengalami kecelakaan berulang kali, dan menyangkut nyawa pelanggan/konsumen dan keluarganya, maka pelanggan/konsumen tidak mau lagi menggunakan jasa perusahaan tersebut, maka lambat laun perusahaan akan bangkrut(Nona R, 2015:42).

Sesuai uraian di atas maka dapat digaris bawahi bahwa konsumen berhak mendapatkan barang dan jasa yang diinginkannya dengan mudah, cepara, tepat, berkualitas, pelayanan ramah, jaminan pemeliharaan barang untuk waktu tertentu, mudah mendapatkan suku cadang, serta service gratis misalnya, sehingga diharapkan dengan pelayanan prima seperti tersebut di atas dapat memberikan dampak positif bagi produsen/agen, yaitu masyarakat menjadi masyarakat konsumen loyal, setia, sehingga menguntungkan perusahaan dan agen serta semua orang yang terilabat didalamnya

C. HAK SERTA PERLINDUNGAN HUKUM PELANGGAN /KONSUMEN

Pengertian pelanggan/konsumen menurut pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Pelanggan/konsumen (UUPK) adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Adapun asas atau prinsip perlindungan pelanggan/konsumen menurut pasal 2 UUPK dimana Perlindungan pelanggan/konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan pelanggan/konsumen, serta kepastian hukum. Selanjutnya sesuai pasal 3 UUPK perlindungan pelanggan/konsumen bertujuan untuk :

- (a) meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian pelanggan/konsumen untuk melindungi diri;
- (b) mengangkat harkat dan martabat pelanggan/konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakai barang dan/ atau jasa;
- (c) meningkatkan pemberdayaan pelanggan/konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai pelanggan/konsumen;
- (d) menciptakan sistem perlindungan pelanggan/konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- (e) menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan pelanggan/konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

Adapun hak-hak pelanggan/konsumen atau pelanggan/konsumen menurut pasal 5, UUPK adalah :

- (a) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- (b) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- (c) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- (d) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

- (e) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan pelanggan/konsumen secara patut;

Kewajiban pelanggan/konsumen adalah :

- (a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- (b) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- (c) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- (d) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan pelanggan/konsumen secara patut.

Sedangkan menurut pasal 6 UUPK, Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha sebagai berikut :

Hak pelaku usaha adalah :

- (a) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- (b) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan pelanggan/konsumen yang beritikad tidak baik;
- (c) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa pelanggan/konsumen;
- (d) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian pelanggan/konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

UUPK tersebut di atas sesuai penjelasan umumnya dimaksudkan memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara pelaku usaha dengan pelanggan/konsumen melalui pengaturan yang ketat tentang hak dan kewajiban pelanggan/konsumen serta hak dan kewajiban pelaku usaha. Pengaturan ini sangat perlu mengingat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memperluas arus transaksi barang dan jasa melintasi batas-batas wilayah Negara, sehingga barang dan jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. TUJUAN PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk :

1. Untuk mengetahui apakah SDM Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang mampu bekerja secara individu dan team work, memiliki system dan prosedur kerja yang jelas dan efisien, selalu meningkatkan pendidikan dan mutu kerja, memiliki hubungan kerja yang sehat, aman dan nyaman, serta sudah memperoleh imbalan/balas jasa/penghargaan yang memadai.
2. Untuk mengetahui apakah pelanggan/konsumen mudah memperoleh pelayanan jasa yang dibutuhkannya, pelanggan/konsumen memperoleh barang dan jasa sesuai dengan jaminan kualitas produk dan jasa sesuai yang telah ditetapkan oleh lembaga berwenang missal ISO, BPPOM, ISBN, MUI dan standar kualitas lainnya. Disamping itu juga untuk mengetahui apakah pelanggan/konsumen memperoleh harga kompetitif, dengan pelayanan prima, tepat, cepat, ramah serta bertanggung jawab.
3. Untuk mengetahui apakah SDM Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang telah mengimplementasikannya dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, sehingga apabila telah memiliki *Pelayanan Prima* dalam pelaksanaan tugas diharapkan SDM tersebut mampu beprestasi secara maksimal, mampu bekerja dengan baik sehingga Kepuasan Pelanggan/konsumennya meningkat, yang pada akhirnya bermanfaat bagi perkembangan Persyarikatan Muhammadiyah untuk hari ini dan pada masa yang akan datang.
4. Untuk mengetahui apakah *Pelayanan Prima* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen pegawai Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.

B. MANFAAT PENELITIAN

Kegiatan penelitian tentang Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen, pada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. **Manfaat teoritis.** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, masukan bagi peningkatan serta pengembangan ilmu pengetahuan

terkait dengan pembahasan mengenai segala sesuatu yang berkenaan dengan *Pelayanan Prima* khususnya Pengaruh *Pelayanan Prima* terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten. Menurut pengamatan empiris peneliti, pemilik perusahaan, belum memberikan pelayanan prima kepada pelanggan/konsumennya.

2. **Manfaat praktis bagi Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.** Penelitian diharapkan jika prinsip-prinsip *Pelayanan Prima* diimplementasikan dalam pelaksanaan tugas sehari, diharapkan pelanggan/konsumen akan merasa puas, sehingga akan dapat memberi kontribusi positif pada PDM Muhammadiyah Tangerang khususnya serta persyarikatan Muhammadiyah pada umumnya.
3. **Manfaat bagi Pemerintah.** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam hal pengambilan kebijakan dalam bentuk peraturan perundang-undangan, karena sudah saatnya dalam era Globalisasi serta era komunikasi ini, pemerintah melalui kurikulum pendidikan sekolah dasar sampai perguruan tinggi, lebih banyak menekankan pada pendidikan, pengembangan *Pelayanan Prima*, sehingga diharapkan pegawai pemerintah memberikan pelayanan prima, pelayanan sebaik-baiknya kepada setiap warga Negara Indonesia dan penduduk Indonesia, salah satu komponen *Pelayanan Prima* adalah Ihsan.
4. **Manfaat Praktis bagi Perusahaan.** Bagi Perusahaan penelitian ini diharapkan manajemen perusahaan membangun *team work/team building*, memiliki struktur, system prosedur kerja yang jelas dan efisien, selalu meningkatkan kualitas SDM, serta peningkatan mutu kerja, mengembangkan hubungan kerja sehat, aman, nyaman serta memberikan imbalan/penghargaan yang sesuai dan bertanggung jawab.
5. **Manfaat Praktis bagi masyarakat pelanggan.** Penelitian ini diharapkan Pelanggan/konsumen mengetahui dan memahami bagaimana cara mendapatkan barang dan jasa mudah, berhak memperoleh pelayanan jasa yang dibutuhkannya. Pelanggan/konsumen diharapkan memperoleh barang dan jasa sesuai dengan jaminan kualitas produk dan jasa sesuai yang telah ditetapkan oleh lembaga berwenang misal ISO, BPPOM, ISBN, MUI dan standar kualitas lainnya. Disamping itu pelanggan/konsumen diharapkan memperoleh harga kompetitif, dengan pelayanan prima, tepat, cepat, ramah serta bertanggung jawab dari perusahaan yang memproduksi barang dan jasa yang dibelinya.

BAB IV

METODE PENELITIAN

A. DISAIN PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah guna mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan yang telah ditentukan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan cara-cara atau kaedah-kaedah keilmuan seperti rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan menurut cara-cara yang masuk akal dan diterima oleh akal sehat, sehingga dapat diterima oleh akal manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan dalam penelitian dapat diamati melalui pengamatan panca indera manusia, sehingga orang lainpun juga dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan oleh peneliti tersebut. Sedang yang terakhir adalah sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian menggunakan langkah-langkah yang tersistem menurut urutan yang ditetapkan. Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini menggunakan data primer berdasarkan pengamatan empiris, dengan mengamati kualitas pelayanan dengan menggunakan kuessioner yang diberikan kepada Pegawai Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang yang diharapkan berdampak positif pada kepuasan pelanggan/konsumennya.

Berdasarkan tingkat ekplanasinya penelitian ini merupakan penelitian Assosiatif. Penelitian Assositif ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara 2(dua) variable yaitu variable Pelayanan Prima dan variable Kepuasan pelanggan/konsumen, atau sebaliknya.

B. HIPOTESA KERJA

Berdasarkan identifikasi masalah dan perumusan masalah serta batasan masalah, maka dapat diajukan hipotesa kerja sebagai berikut : " Diduga apabila setiap pegawai memberikan pelayanan prima maka diharapkan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan/konsumen". Ini berarti jika setiap pegawai memberikan pelayanan prima, maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan/konsumen, khususnya pelanggan/konsumen pada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten, kemudian diharapkan berdampak positif pada perkembangan perusahaan dalam hal ini Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten, umumnya Persyarikatan Muhammadiyah, serta diharapkan meningkatkan keuntungan perusahaan serta perkembangan dan

kesejahteraan Pegawai dan keluarganya, yang dalam hal ini adalah Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.

C. PROSEDUR PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Metode yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian antara lain:

1. Penelitian melalui kepustakaan yaitu dengan cara mengumpulkan dan menganalisis berbagai teori-teori yang relevan dengan judul penelitian
2. Studi lapangan dengan melakukan observasi, dilanjutkan dengan mengumpulkan data primer yang diperoleh melalui pengamatan langsung dari sample yang telah ditentukan yaitu dengan menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden yaitu Pegawai Amal Usaha Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten sehingga diperoleh gambaran yang sebenarnya. Disamping melalui kuesioner (angket), pengumpulan data primer di lapangan juga dilakukan dengan melakukan wawancara (*interview*) dengan mengajukan pertanyaan yang terkait dengan materi penelitian.

D. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi merupakan wilayah generalisasi-yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dimaksud. Dalam hal ini adalah SDM Amal Usaha Muhammadiyah dan SDM Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.

Sesuai uraian di atas maka populasi yang digunakan dan diambil penelitian dalam penelitian ini adalah Pimpinan dan Pegawai PDM Kota Tangerang dan Amal Usaha Muhammadiyah pada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten dengan jumlah populasi sebanyak 95 (Sembilan puluh lima) orang. Dari populasi tersebut kemudian diambil sampel sebanyak 75 (tujuh puluh lima) orang dengan taraf kesalahan 5%. (Sugiyono, 2016 : 99).

Berdasarkan latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian serta landasan teori, maka disusunlah kisi-kisi penelitian, dimana kisi-kisi penelitian tersebut di analisa lebih lanjut sesuai kaedah penelitian. Kisi-Kisi penelitian juga mengacu pada variable-variabel

yang telah ditetapkan untuk diteliti yaitu variabel *Pelayanan Prima* yang kemudian disebut variable X atau independence atau variable stimulus atau variable bebas, sementara variable yang kedua adalah Kepuasan Pelanggan/konsumen amal usaha Muhammadiyah/PDM Muhammadiyah disebut juga variable Y, atau variable dependence atau variable terikat. Variabel penelitian tersebut kemudian dijabarkan dalam bentuk indikator variable penelitian. Selanjutnya kisi-kisi penelitian ini selengkapnya dapat dilihat dalam lampiran laporan penelitian ini.

E. ANALISA DATA

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial atau fenomena alam. Disamping itu pada prinsipnya meneliti itu melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian dinamakan instrument penelitian, dalam bahasa lain instrument penelitian merupakan alat ukur yang yang digunakan mengukur fenomena alam dan fenomena sosial dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variable penelitian(Sugiyono, 2016:146).

Selanjutnya alat yang digunakan untuk mengukur Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen amal usaha Muhammadiyah pada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten adalah pertanyaan berupa kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri 3(tiga) bagian, yang pertama adalah pengantar yang menjelaskan petunjuk pengisian dan tujuan penelitian, sementara bagian yang kedua adalah daftar pertanyaan untuk masing-masing indikator penelitian. Kuesioner terdiri atas 20(dua) puluh butir pernyataan/pertanyaan dalam bentuk tertutup, yang dibagi menjadi 2(dua) yaitu 10(sepuluh) pernyataan/pertanyaan mewakili atau penjabaran dari variable *Pelayanan Prima* (variable X) dan yang 10(sepuluh) pertanyaan merupakan penjabaran variable Kepuasan Pelanggan/konsumen Amal Usaha Muhammadiyah pada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Tangerang, Banten (Variabel Y). Data yang diperoleh diberi bobot dengan menggunakan Skala Likert. Skala likert ini dipilih karena dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social tertentu.

Keuntungan menggunakan skala likert diantaranya mempunyai banyak kemudahan dan jumlah pertanyaan mengenai sifat atau sikap tertentu relatif lebih mudah. Alternatif penilaian dalam skala Likert bervariasi dari 3(tiga) sampai 9(Sembilan). Skala Likert yang digunakan dalam penelitian guna mengukur *Pelayanan Prima* dan Kepuasan Pelanggan/konsumen Amal Usaha Pimpinan Daerah

Muhammadiyah Tangerang, Banten, terdiri atas 5(lima) angka penilaian dengan kategori seperti tersebut dalam table 2 di bawah ini :

Tabel 2

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Jenis data penelitian tentang Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen adalah data kuantitatif dan dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel-variabel yang diteliti yaitu variable *Pelayanan Prima* yang merupakan variable independent atau bebas (X) dan variable Kepuasan Pelanggan/konsumen sebagai variable terikat atau dependent variable(Y) saling mempengaruhi atau sebaliknya, maka akan dikaji melalui suatu analisa statistik dengan pendekatan-pendekatan sebagai berikut :

(1) Analisis Regresi Linier Sederhana. Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen digunakan Analisa koefisien Regresi(Sugiyono, 2016: 237).

Adapun Persamaan Regresi Linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

Dimana :

Y : Kepuasan pelanggan/konsumen/Dependen Variabel

X : Pelayanan Prima/ Independen variabel

a : Harga Y bila X = 0

Angka arah atau koefisien Regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Apabila b(+) maka naik, sebaliknya apabila b(-) maka terjadi penurunan. Sehubungan dengan hal tersebut , maka untuk mencari harga a dan b dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{\sum X^2}$$

$$n(\sum X^2) - (\sum X)^2$$

dan

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

(2) **Analisis koefisien korelasi**, ialah dipergunakan untuk mengetahui hubungan antara dua peristiwa atau lebih yang saling berhubungan dan memiliki kecenderungan saling mempengaruhi yaitu antara variabel (X) yaitu Pelayanan Prima, dan variabel (Y) Kepuasan Pelanggan/konsumen(Sugiyono, 2016:212). Analisis Koefisien Korelasi dapat dilihat dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan : r : koefisien korelasi
 X : Independen Variabel
 Y : Dependen variabel

Untuk memberikan interpretasi seberapa kuat hubungan antara *Pelayanan Prima* terhadap *Kepuasan Pelanggan/konsumen* digunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi (Sugiyono, 2016:214). Pedoman interpretasi koefisien korelasi seperti tabel berikut :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

(3) **Koefisien Penentu**. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh Pelayanan Prima (Variabel X) terhadap Kepuasan Pelanggan/konsumen (variabel Y) digunakan

koefisien penentu ((Sugiyono, 2016:214). Adapun Analisa Koefisien Penentu dengan rumus sebagai berikut :

$$KP = (r)^2 \times 100\%$$

Ket :

KP = Koefisien Penentu/determinasi

r = koefisien regresi

Setelah nilai R diketahui, untuk penentuan tingkat tinggi rendahnya KP, dengan menggunakan pendekatan penafsiran koefisien Determinan dengan kriteria yang dikemukakan oleh Gaulford.(J.Rachmad. 20115:29).

Pendekatan Untuk Memberikan Penafsiran Koefisien Determinasi sebagai berikut:

Besarnya Nilai R	Interpretasi
> 81 %	Sangat Tinggi
50 % - 81 %	Tinggi
17 % - 59 %	Cukup
5 % - 16 %	Rendah
< 5 %	Rendah Sekali

5) Uji Hipotesis

Uji Hipotesis untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X (Pelayanan Prima Pegawai) dengan variabel Y (Kepuasan Pelanggan/konsumen), digunakan statistik uji t test (Sugiyono. 2016: 219). Uji t test dengan rumus sebagai berikut :

$$t\text{-hitung} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

- tingkat kepercayaan 95% atau alpha : 0,5.
- degree of freedom (n-2) = 73
- Jika t-hitung < t tabel : Ho diterima dan Ha ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang bersifat signifikan hubungan antara *Pelayanan Prima* Pegawai dengan Kepuasan Pelanggan/konsumen dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat
- Jika t-hitung > t-tabel : Ho ditolak dan Ha diterima, berarti ada pengaruh yang bersifat signifikan antara *Pelayanan Prima* dengan Kepuasan Pelanggan/konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Demografi Responden

Responden yang diambil dalam sampel dalam penelitian ini adalah Pimpinan dan Pegawai amal usaha dilingkungan Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten, dengan latar belakang demografi khususnya yang setiap hari mengkhidmatkan di pada Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Banten serta alam usahanya. Karakteristik demografi responden seperti telah ditentukan di atas , maka dalam penelitian ini juga dibedakan gender, usia saat ini, pendidikan terakhir yang dimiliki oleh para responden.

Bersarkan hasil penelitian dapat diperoleh gambaran bahwa berdasarkan gender jumlah responden terdiri dari 54,66% laki-laki dan 45,33% perempuan, sedangkan berdasarkan kelompok usia terbesar adalah berusia 20-24 tahun mencapai 6,66%, kemudian berturut-turut kelompok usia antara 25-29 tahun 12%, usia 30-34 tahun 23,66%, 35-39 tahun 15,66%, usia 50-44 tahun 18,66 %, dan 55-49 tahun masing-masing tahun 13,33% serta 9,33% umur 50 tahun keatas. Untuk profil tingkat pendidikan menunjukkan bahwa jumlah responden yang terbanyak berpendidikan SLP/Sederajat sebesar 24%, SMU/ sederajat sebesar 59,33%, Diploma tiga/ sederajat sebesar 14,66%, Sarjana Strata satu dan Starata dua sebesar 12 % . Data hasil penelitian dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.1
Jenis Kelamin, Umur dan Pendidikan Terakhir Responden

.Variabel	Frekuensi	%
<u>Jenis Kelamin.</u>		
1. Laki-laki.	51	54,66
2. Perempuan	34	45,33
<u>Umur.</u>		
1. 20-24 tahun.	5	6,66
2. 25-29 tahun.	9	12
3. 30-34 tahun.	17	23,66
4. 35-39 tahun.	11	15,66
5. 40-44 tahun.	14	18,66
6. 45-49 tahun.	10	13,33
7. 50 keatas	9	9,33
<u>Pendidikan.</u>		
SLP/Sederajat	18	24
SMU dan sederajat.	37	59,33
D3.	11	14,66
S1/S2	9	12

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

2. Sikap Responden Dalam bekerja Anda selalu berdoa, memohon petunjuk, perlindungan, rahmat Allah SWT dan selalu berusaha Ittiba' Rasulullah SAW.

Pegawai dalam pelaksanaan tugas selalu berdoa. memohon perlindungan, hidayah Allah Subhanahu wata'ala serta ber-ittiba' Rasulullah SAW dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 45 responden (60%) menyatakan sangat setuju bahwa pelaksanaan tugas selalu berdoa. memohon perlindungan, hidayah Allah Subhanahu wata'ala serta ber-ittiba' Rasulullah SAW dalam kehidupan sehari-hari sisanya sebanyak 30 responden responden (40%) menyatakan setuju bahwa dalam pelaksanaan tugas selalu memohon hidayah pada Allah subhanahu wata'ala

Data sikap responden terhadap pelaksanaan tugas dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.2
Sikap Responden bahwa Dalam bekerja Anda selalu berdoa, memohon petunjuk, perlindungan, rahmat Allah SWT dan selalu berusaha Ittiba' Rasulullah SAW

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	45	60
2.	Setuju	30	40
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

3. Dalam memberikan pelayanan, Anda selalu berusaha secara maksimal/prima guna memuaskan pelanggan/konsumen.

Pada aspek ini, pegawai diminta mengungkapkan pendapatnya bahwa dalam bekerja selalu berusaha secara maksimal/prima guna memuaskan pelanggan/konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 41 responden (54,67%) menyatakan sangat setuju bahwa pelaksanaan tugas selalu berusaha secara maksimal/prima guna memuaskan pelanggan/konsumen, sisanya sebanyak 34 responden (45,33%) menyatakan setuju dalam pelaksanaan tugas selalu berusaha secara maksimal/prima guna memuaskan pelanggan/konsumen. Data tentang sikap responden dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.3
Dalam memberikan pelayanan, Anda selalu berusaha secara maksimal /prima guna memuaskan pelanggan/konsumen

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	41	54,67
2.	Setuju	34	45,33
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

4. Dalam memberikan pelayanan, Anda selalu memberikan melampaui harapan pelanggan, sehingga pelanggan secara terus menerus menjalin hubungan kuat dengan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM).

Aspek ini adalah terkait dengan pemberian pelayanan, dimana dalam pemberian pelayanan, pegawai selalu memberikan melampaui harapan pelanggan, sehingga pelanggan secara terus menerus menjalin hubungan kuat dengan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 28 responden (37,34%) menyatakan sangat setuju bahwa dalam arti dalam pemberian pelayanan, pegawai selalu memberikan melampaui harapan pelanggan, sehingga pelanggan secara terus menerus menjalin hubungan kuat dengan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM)., sisanya sebanyak 47 responden (62%) menyatakan setuju. Data sikap responden dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.4
Dalam memberikan pelayanan, Anda selalu memberikan melampaui harapan pelanggan, sehingga pelanggan secara terus menerus menjalin hubungan kuat dengan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM)

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	28	37,34
2.	Setuju	47	62,66
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

5. Anda selalu memberikan pelayanan secara cepat, tepat, handal, penuh empaty, serta mudah

Aspek ini menunjukkan bahwa pegawai selalu memberikan pelayanan secara cepat, tepat, handal, penuh empaty, serta mudah dan diharapkan berdampak positif bagi persyarikatan serta amal usaha Muhammadiyah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 42 responden (56%) menyatakan pegawai Anda selalu memberikan pelayanan secara cepat, tepat, handal, penuh empaty, serta mudah, sisanya sebanyak 33 responden (44%) menyatakan setuju, serta 8 responden kurang setuju (10%). Data sikap responden atas sikap optimis, percaya diri, berfikir dan bertidak positif serta bersemangat dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.5
Anda selalu memberikan pelayanan secara cepat, tepat, handal, penuh emphaty, serta mudah

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	42	56
2.	Setuju	33	44
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

6. Anda selalu merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengendalikan proses pelayanan di AUM dengan baik

Aspek ini merupakan sikap pegawai, bahwa dalam bekerja selalu merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengendalikan proses pelayanan di AUM dengan baik.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak responden 31(41,33%) menyatakan sangat setuju bahwa responden dalam berkerja, selalu merencanakan, mengorganisasikan serta pengendalian proses pelayanan, selanjutnya sebanyak 42 responden (56%) menyatakan setuju, serta 2 responden kurang setuju (2,67%). Data tentang responden Anda selalu merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengendalikan proses pelayanan di AUM dengan baik, dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.6
Anda selalu merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengendalikan proses pelayanan di AUM dengan baik

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	31	41,33
2.	Setuju	42	56
3.	Kurang Setuju	2	2,67
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

7. Dalam bekerja Anda berpedoman serta patuh pada norma yang berlaku guna menjaga nama baik persyarikatan

Pada aspek ini ingin mengetahui bahwa pegawai dalam bekerja berpedoman serta patuh pada norma yang berlaku guna menjaga nama baik persyarikatan Muhammadiyah.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 33 responden (44%) menyatakan sangat setuju bahwa dalam bekerja pegawai berpedoman serta patuh pada norma yang berlaku guna menjaga nama baik persyarikatan, sisanya sebanyak 44 responden (56%) menyatakan setuju. Data sikap responden dapat diperiksa pada tabel berikut:

Tabel 5.7
Dalam bekerja Anda berpedoman serta patuh pada norma yang berlaku guna menjaga nama baik persyarikatan

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	33	44
2.	Setuju	44	56
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

8. Anda telah memberikan merasa pelayanan dengan baik sehingga pelanggan merasa aman, nyaman, dan senang atas pelayanan yang Anda berikan

Pada aspek ini melihat sikap responden dimana dalam memberikan pelayanan diberikan dengan baik sehingga pelanggan merasa aman, nyaman, dan senang atas pelayanan yang diberikan pegawai.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak responden 41(54,67%) menyatakan sangat setuju bahwa pelayanan telah diberikan dengan baik sehingga pelanggan merasa aman, nyaman, dan senang atas pelayanan yang Anda berikan sisanya sebanyak 34 responden (45,33%) menyatakan setuju. Data sikap responden dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.8
Anda telah memberikan merasa pelayanan dengan baik sehingga pelanggan merasa aman, nyaman, dan senang atas pelayanan yang Anda berikan

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	41	54,67
2.	Setuju	34	45,33
3.	Kurang Setuju	6	8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

9. Anda selalu memberikan pelayanan dengan jujur, benar, jelas serta bertanggung jawab

Sikap responden bahwa dalam memberikan pelayanan, pegawai selalu memberikan pelayanan dengan jujur, benar, jelas serta bertanggung jawab. Hasil penelitian sebagaimana tabel di bawah ini :

Tabel 5.9
Anda selalu memberikan pelayanan dengan jujur, benar, jelas serta bertanggung jawab

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	46	61,34
2.	Setuju	29	38,66
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

Berdasarkan hasil penelitian atau table di atas menunjukkan bahwa sebanyak 46 responden (61,34%) menyatakan sangat setuju artinya pegawai selalu memberikan pelayanan dengan jujur, benar, jelas serta bertanggung jawab. Sisanya sebanyak 29 responden (38,66%). Data atas sikap responden di atas dapat diperiksa pada tabel diatas.

10. Anda selalu mendengar pendapat dan semua keluhan konsumen terkait dengan jasa yang Anda “jual”

Aspek ini merupakan tanggapan responden terhadap pernyataan bahwa pegawai dalam menjalankan tugas selalu mendengar pendapat dan semua keluhan konsumen terkait dengan jasa yang telah dijual pada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 32 responden (42,67%) menyatakan sangat setuju. Sisanya sebanyak 43 responden (57,33%) menyatakan setuju. Data sikap responden di atas dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.10

Anda memiliki kreatif, inovatif, menambah dan memperdalam IPTEK yang mutakhir guna melakukan perbaikan siklus jasa secara berkala, guna memuaskan konsumen

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	32	42,67
2.	Setuju	43	57,33
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	
	Jumlah	80	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

11. Sikap responden dalam bekerja memiliki mentalitas baik, disiplin, tekun, teliti, jujur jawab serta bertanggung

Aspek ini yang diukur adalah sikap responden dalam bekerja memiliki mentalitas baik, disiplin, tekun, teliti, jujur serta bertanggung jawab sehingga sangat menguntungkan konsumen serta citra persyarikatan bertambah lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 36 responden (48%) menyatakan sangat setuju, sisanya sebanyak 39 responden (52%) menyatakan setuju. Data penilaian responden terhadap sikap pegawai yang memiliki mental baik, disiplin, jujur, tekun, disiplin dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.11

Anda memiliki kreatif, inovatif, menambah dan memperdalam IPTEK yang mutakhir guna melakukan perbaikan siklus jasa secara berkala, guna memuaskan konsumen.

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	36	48
2.	Setuju	39	52
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

12. Responden selalu memberikan pelayanan sesuai dengan standar baku yang telah ditetapkan oleh AUM., dimana Anda bekerja

Pada aspek ini responden dalam bekerja selalu memberikan pelayanan sesuai dengan standar baku yang telah ditetapkan oleh Amal usaha Muhammadiyah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 37 responden (49,34%) menyatakan sangat setuju., sisanya sebanyak 38 responden (50,66%) menyatakan setuju. Data tentang sikap responden dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.12
Anda selalu memberikan pelayanan sesuai dengan standar baku yang telah ditetapkan oleh AUM., dimana Anda bekerja

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	37	49,34
2.	Setuju	38	50,66
3.	Kurang Setuju	0	0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

13. Responden selalu beritikad baik dalam memberikan pelayanan di Amal Usaha Muhammadiyah

Aspek ini adalah sikap responden dalam bekerja selalu beritikad baik dalam memberikan pelayanan di Amal usaha Muhammadiyah. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 45 responden (70%) menyatakan sangat setuju bahwa dalam bekerja sikap responden selalu beritikad baik dalam memberikan pelayanan di Amal usaha Muhammadiyah, sisanya sebanyak 30 responden (36 %) menyatakan setuju., Data tentang sikap responden bahwa dalam bekerja dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 5.13
Responden selalu beritikad baik dalam memberikan pelayanan di AUM

No.	Jawaban	Frekuensi	%
1.	Sangat Setuju	45	64
	Setuju	30	36
2.	Kurang Setuju	6	8
3.	Tidak Setuju	0	0
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
5.			
	Jumlah	75	100

Sumber : Data Primer diolah (April, 2020)

B. PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar ” Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten, maka digunakan analisis- analisis sebagai berikut :

1. Analisis Regresi

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan pengaruh yang ditimbulkan oleh kedua variabel, maka digunakan persamaan regresi (Sugiyono, 2016: 218-219)berdasarkan data yang mengacu pada lampiran, perhitungannya dijelaskan sebagai berikut :

Diketahui :

$$\begin{array}{ll} n & : 75 & \sum X^2 & : 148.714 \\ \sum X & : 3.334 & \sum Y^2 & : 151.056 \\ \sum Y & : 3.362 & \sum XY & : 149.827 \end{array}$$

Y= a+bx

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n (\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(3.362) (148.714) - (3.334) (149.827)}{75 (148.714) - (3.334)^2}$$

$$a = \frac{(499.976.468) - (499.513.216)}{(11.153.550) - (11.115.556)}$$

$$a = \frac{463.252}{37.994}$$

$$a = 12,192$$

$$b = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n (\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{75 (149.827) - (3.334) (3.362)}{75 (148.714) - (3.334)^2}$$

$$b = \frac{75 (148.714) - (3.362)^2}{(11.153.550) - (11.115.556)}$$

$$b = \frac{28.117}{37.994}$$

$$b = 0,740$$

Dari hasil perhitungan Regresi diperoleh persamaan :

$$Y = 12.192 + 0,740 bX$$

Dalam persamaan tersebut diperoleh besarnya parameter b sebesar 0,740, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh cukup signifikan antara Pelayanan Prima dengan Kepuasan Konsumen PDM Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten artinya jika pengaruh Pelayanan Prima sebesar 1 point, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,740 point. Hal ini berarti semakin tinggi Pelayanan yang diberikan oleh Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang dan Pegawai Amal Usahanya, maka berpengaruh positif terhadap Kepuasan Masyarakat Konsumen persyarikatan Muhammadiyah, terutama Konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten, sehingga sebagai pengurus Muhammadiyah kita sudah melaksanakan amanah dengan sebaik-baiknya.

2. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara dua peristiwa atau lebih yang saling berhubungan dan memiliki kecenderungan saling mempengaruhi variabel X yaitu Pelayanan Prima dengan variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten (Sugiyono, 2009:213-214). Oleh sebab itu akan diketahui

besarnya nilai r (koefisien korelasi) yaitu suatu nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan antara kedua variable X dan Y diatas.

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r = \frac{75 (149.827) - (3.334) (3.362)}{\sqrt{\{75 (148.714) - (3.334)^2\}\{75 (151.056) - (3.362)^2\}}}$$

$$r = \frac{11.237.025 - 11.208.908}{\sqrt{\{(11.153.550)-(11.115.556)\}\{(11.329.200)-(11.303.044)\}}}$$

$$r = \frac{28.117}{\sqrt{(37.994) - (26.156)}}$$

$$r = \frac{28.117}{\sqrt{11.838}}$$

$$r = \frac{28.117}{108,802}$$

$$r = \mathbf{0,258}$$

Untuk dapat menginterpretasikan seberapa kuat hubungan antara pelayanan prima dengan kinerja pegawai Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten, digunakan pedoman inpretasi koefisien korelasi seperti tabel berikut (Sugiyono, 2006 : 214).

Tabel 5.28
Interval Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan hasil perhitungan Analisis Koefisien Korelasi di atas, diperoleh besarnya nilai r sama dengan 0,258, dimana termasuk pada katagori rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Pelayanan Prima dengan kepuasan konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.

3. Koefisien Penentu

Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel kecerdasan emotional dan kinerja pegawai, dapat dihitung melalui analisis koefisien penentu (Jalaluddin Rachman, 2001 : 29) sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

$$KP = 0,258 \times 100\%$$

$$KP = 0,665 \times 100\%$$

$$KP = 66,5\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh koefisien penentu sebesar 66,5%, berarti Pelayanan Prima dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten sebesar 66,5%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, antara lain kondisi lingkungan sosial, kenyamanan tempat bekerja, tunjangan yang berupa financial, gaji dan lain sebagainya.

4. Uji Hipotesis

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis, dalam hal ini untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel X yaitu pelayanan prima dengan variabel Y yaitu kepuasan konsumen digunakan statistik uji t test (Sugiyono, 2009 :219)

$$t - \text{hitung} = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

$$t - \text{hitung} = \frac{0,258 \sqrt{75 - 2}}{\sqrt{1 - (0,258)^2}}$$

$$t - \text{hitung} = \frac{0,258 \sqrt{73}}{\sqrt{1 - (0,258)^2}}$$

$$t - \text{hitung} = \frac{0,258 (8,54)}{\sqrt{1 - 0,066}}$$

$$t - \text{hitung} = \frac{2,203}{\sqrt{0,934}}$$

$$t - \text{hitung} = \frac{2,203}{0,966}$$

$$t - \text{hitung} = 2,280$$

Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % ($\alpha = 5\%$) dan degree of freedom $(n-2) = 73$, maka besarnya t tabel adalah $t_{(\alpha)} = 2,227$, sedangkan hasil perhitungan di atas diperoleh t hitung sebesar 2,280. Dengan demikian $t \text{ hitung} > t$ tabel, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan hubungan antara variabel Pelayanan Prima kepuasan konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penghitungan dalam pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Sesuai penghitungan persamaan Regresi diperoleh persamaan $Y = 12.192 + 0,740 bX$. Dalam hal ini besarnya b sama dengan 0.740. Ini berarti ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh cukup signifikan antara Pelayanan Prima dengan Kepuasan Konsumen PDM Muhammadiyah Kota Tangerang, artinya jika pengaruh Pelayanan Prima sebesar 1 point, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,740 poin
2. Berdasarkan hasil perhitungan Analisis Koefisien Korelasi di atas, diperoleh besarnya nilai r sama dengan 0,258. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara Pelayanan Prima dengan kepuasan konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten.
3. Berdasarkan perhitungan dalam t-hitung, dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % ($\alpha = 5\%$) dan degree of freedom $(n-2) = 73$, maka besarnya t tabel adalah $t_{(\alpha)} = 2,227$, sedangkan hasil perhitungan di atas diperoleh t hitung sebesar 2,280. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan hubungan antara variabel Pelayanan Prima dengan kepuasan konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten
4. Dalam perhitungan koefisien penentu dapat diketahui bahwa Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh koefisien penentu sebesar 66,5%, berarti

Pelayanan Prima dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang, Banten sebesar 66,5%, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, antara lain kondisi lingkungan sosial, kenyamanan tempat bekerja, tunjangan yang berupa financial, gaji, lingkungan kerja dan lain sebagainya.

B. Saran

1. Perkembangan teknologi informasi yang makin tidak terbentung, pegawai dalam menjalankan tugas harus berpedoman pada Qur'an dan sunnah sehingga pegawai yang bersangkutan insya Allah dalam bimbingan Allah subhanahu wata'ala. Dengan hidayah Allah subhanahu wata'ala kita insya Allah mampu memberikan pelayanan prima sehingga memuaskan konsumen.
2. Pegawai Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Tangerang Banten, dalam menjalankan tugas sehari-hari harus mengedepankan kejujuran, ramah, serta cekatan dalam memberikan pelayanan, agar konsumen puas dengan pengabdian kita bersama.
3. Pegawai amal usaha Muhammadiyah dilingkungan PDM Kota Tangerang, Banten disarankan memiliki komitmen, integritas tinggi, empati yang memadai sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap masyarakat konsumen.
4. Pegawai dalam melaksanakan tugas memiliki kinerja yang berkualitas. Dengan pelayanan berkualitas konsumen menjadi puas sehingga diharapkan dapat terwujud cita-cita Muhammadiyah yaitu terbentuknya masyarakat Islam yang sebenar-benarnya ditengah-tengah masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Dale Timpe, 2013, *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia*, Produktivitas, PT Elex Mediakomputindo, Jakarta
- Elmiyasna dan Evi Hasnita, 2014, Soft Skills, *Panduan Bagi Perawat*, PT. Baduose, Padang.
- Jalaludin Rachmat, 2015, *Metode Penelitian*, PT. Alfa Beta, Banten
- Kartini, Kartono, 2014, Psikologi *Sosial Untuk Manajemen, Perusahaan dan Industri*, CV.Rajawali, Jakarta
- Komisi Pemberdayaan Ekonomi Rakyat, 2014, *Budaya Bisnis Menuju Kebangkitan Ekonomi Umat*, KPEU DP MUI, Jakarta
- Muhammad Basri Wello dan Fihri Yanti, 2010, *Pelayanan Prima Untuk Pendidik*, PT. Baduose, Padang.
- Nina Rahmayanti, 2015, *Manajemen Pelayanan Prima*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian. Bisnis*, Alfabeta, Banten.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelillan Administrasi*, Alfabeta Banten.
- Yayat Herujito, 2015, *Dasar-Dasar Manajemen*, Grasindo, Jakarta.