

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Jasa Konsultan Di Lingkungan Pemerintah Kota Malang

Wiji Setyowati¹, Dyah Sawitri², Endang Suswati³

Mahasiswa Program Magister Manajemen¹, Dosen Universitas Gajayana Malang. Indonesia^{2,3}
Email. cv.muktipratama@gmail.com

Abstrack

The purpose of this research are: 1) Knowing the existence of service quality can increase the satisfaction of consultant service users in the Malang City Government; 2) to test and analyze whether the service quality including tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and zero defect variables in consultant service users in the Malang City Gouverment; 3) to test whether the service quality which is including tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and zero defect variables in consultant service users in the Malang City Gouverment; 4) to choose and analyze which tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and zero defect variables that most influencing to the consultant service users in the Malang City Gouverment satisfaction. This research is a survey research by collecting primary and also secondary data by interviewing, observing, giving kuisisioner, and also study book. The amount of the sample in this research are 95 people who are choosen from the population by using Issac and Michael Table. Statistic analysis in this research is using Statistical Package for Social Sience (SPSS) 16,0 for windows. The result of the research are; (1) Existence of Service Quality provided by service providers (CV. MPC) can increase service user satisfaction in Malang City Government environment because it includes Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Zero defect variables can provide an overview of the answers of users services that answer all questions in percentage answer are satisfied enough to be very satisfied with greater if appealed which answers very dissatisfied until dissatisfied, (2) Six variables of service quality approach together have a significant / significant effect on user satisfaction services in Malang City Government, (3) There are 2 service quality variables that have a significant influence on the satisfaction of Consultant Service users in the Malang City Government environment, namely the Responsiveness variable and zero defects variable, and there are four service quality variables that have less meaningful effects, namely variables tangible, reliability, assurance and empathy, (4). Variable zero defects service quality at the satisfaction of users of consultant services in the Malang City Government having a dominant influence.

Keywords: service quality, satisfaction, consultant service

PENDAHULUAN

Berdasarkan Perda No. 7 Tahun 2016 Kota Malang tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Malang yang memuat materi pokok terkait pembentukan perangkat daerah yang terdiri atas Sekretaris Daerah, Sekretaris Dewan, Inspektorat Daerah, Dinas Daerah, Badan Daerah dan Kecamatan beserta susunan perangkat Daerah tersebut, berjumlah 1 Sekretaris Daerah, 1 Sekretaris Dewan, 1 Inspektorat Daerah, 20 Dinas Daerah, 4 Badan Daerah dan 5 Kecamatan. Di dalam jasa konstruksi, sesuai amanat UU Jasa Konstruksi No. 9 tahun 2009 beserta perubahan-perubahannya tentunya dinas-dinas tersebut dalam pelaksanaan pembangunan di Kota Malang pengguna jasa menggunakan jasa konstruksi di dalam pengadaan barang dan jasa. Khusus dalam penggunaan jasa konsultasi di Kota Malang, pengguna jasa memanfaatkan jasa penyedia jasa konsultan dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dalam memberikan jasa konsultasi yang diberikan oleh penyedia jasa konsultasi tersebut.

CV. Mukti Pratama Consultant (CV. MPC) adalah salah satu penyedia jasa konsultansi yang didirikan tahun 2011 guna memberikan pelayanan jasa konsultansi pada dinas-dinas di lingkungan Kota Malang. Dalam memberikan pelayanan jasa konsultasi tersebut, CV. Mukti Pratama Consultant sangat berharap bahwa jasa yang diberikan tersebut dapat memberikan kepuasan pelayanan pada pengguna jasa.

Menurut Le Boeuf (1992: 68) kualitas pelayanan harus memberikan keterhandalan (reliability), kepercayaan (assurance), bukti langsung (tangibles), tanggap (responsiveness) dan simpatik (emphaty) untuk memberikan kepuasan pada masyarakat yang menggunakan jasa tersebut. Dalam era sekarang terdapat pengembangan empat konsep baru untuk menjamin kualitas disamping hal diatas yaitu biaya kualitas, pengendalian kualitas terpadu (total quality control), reliability engineering, dan zero defect.

Menurut Parasuraman (1991), kualitas layanan yang dipersepsikan seberapa besar kesenjangan (gap) antara persepsi pelanggan atas kenyataan layanan yang diterima (customer preceptions) dengan ekspektasi-nya. Jadi kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang secara nyata telah diterima dengan layanan yang diharapkan. Secara umum dapat dikatakan kualitas layanan naik/memuaskan apabila persepsi pelanggan atas layanan yang dirasakan (customer preceptions) sama atau melebihi dari apa yang diharapkan. Selanjutnya Le Boeuf (1992:68) juga memberikan ulasan atas kelima variabel kualitas layanan seperti keterhandalan, kepercayaan, bukti langsung, tanggap, dan simpatik.

Cronnin dan Taylor (1992), menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh pada pembelian ulang. Lebih lanjut Formell (1995), mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan berdampak langsung dalam upaya peningkatan pendapatan (revenue). Pelanggan yang loyal belum tentu merupakan pelanggan yang puas, tetapi pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Formell (1995) juga telah membuktikan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan akan meningkatkan pangsa pasar yang pada gilirannya meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Menurut Kotler (1997), kepuasan seorang konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang dirasakan di masa lalu. Kualitas layanan yang memenuhi harapan akan membentuk minat untuk membeli. Seorang yang puas karena membeli jasa dengan kualitas yang baik akan melakukan beberapa macam tindakan antara lain mengungkapkan kepuasan itu kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang. Zeithaml dan Bitner (1996) berpendapat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain: kualitas layanan, kualitas barang, harga, faktor situasi, kepuasan pelanggan dan faktor pribadi.

Menurut Schnaars (1991) seperti dikutip Tjiptono, (1994), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya: (1) Hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis; (2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan

terciptanya loyalitas pelanggan; (3) Serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (Word of Mounth) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Atas dasar tersebut, penelitian khusus pada dinas dan badan di lingkungan Kota Malang dengan harapan pelayan yang diberikan CV. Mukti Pratama Consultant pada masa-masa yang akan datang dapat memberikan kontribusi nyata bagi terwujudnya hasil pelayanan yang prima dan meningkatkan kualitas pelayanan pada penyedia jasa yang berorientasi pada kepuasan pengguna jasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Mukti Pratama Consultant Kota Malang. Jenis penelitian eksplanatori ini melibatkan populasi sebanyak 137 orang pengguna jasa CV. Mukti Pratama Consultant sejak tahun 2013-2017. Dari populasi tersebut, diambil sampel secara acak sederhana dengan alfa 5% (0,05) sehingga didapatkan sampel sebesar 95 responden. Sumber data penelitian ini berasal dari data primer. Data primer diperoleh langsung dari pengguna jasa (PPK dan PPTK) sebagai responden, yang berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kuesioner dan wawancara. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi berganda dibantu dengan program software SPSS versi 16.0.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah analisis validitas, dan reliabilitas selanjutnya dilakukan pengolahan data lebih lanjut, yaitu dengan melakukan analisis kuantitatif untuk membuktikan hipotesis yang peneliti ajukan. Hasil analisis tersebut seperti yang terangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1. Koefisien Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsultan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Konsultan di Lingkungan Pemerintah Kota Malang

Variabel <i>Dependent</i>	Variabel <i>Independent</i>	B	Uji t	Sig. t	Keterangan
Kepuasan Pengguna Masyarakat Jasa Konsultan (Y)	Tangibles (X ₁)	-0,446	-3,947	0,000	Signifikan
	Reliability (X ₂)	-0,048	-0,837	0,405	Tidak Signifikan
	Responsiveness (X ₃)	0,137	1,987	0,050	Signifikan
	Assurance (X ₄)	-0,380	-4,013	0,000	Signifikan
	Emphaty (X ₅)	-0,106	-0,933	0,354	Tidak Signifikan
	Zero Defect (X ₆)	0,179	2,347	0,021	Signifikan
	Constant	14,845	7,548	0,000	Signifikan
R = 0.538					
R ² = 0.290					
F _{hitung} = 5,986 dengan Sig. = 0.000					

Sumber: Data Primer diolah, Tahun 2019

Dari tabel di atas, maka didapatkan persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = 14,845 - 0,446X_1 - 0,048X_2 + 0,137X_3 - 0,380X_4 - 0,106X_5 + 0,179X_6$$

Di mana:

- Y = Kepuasan
- X1 = Tangible
- X2 = Reliability
- X3 = Responsiveness
- X4 = Assurance
- X5 = Emphaty
- X6 = Zero Defect

Eksistensi Kualitas Pelayanan

Pada tabel tersebut dapat untuk variabel Reliability (X2) di atas dapat dijelaskan bahwa 37,90 % menjawab sangat tidak puas dan tidak puas dan 62,10 % menjawab dari cukup puas sampai sangat puas artinya bahwa dari lebih besar yang menjawab puas daripada yang tidak puas sehingga eksistensi kualitas pelayanan untuk variabel Reliability (X2) ada. Untuk variabel Responsiveness (X3) di atas dapat dijelaskan bahwa 43,16 % menjawab sangat tidak puas dan tidak puas dan 58,64 % menjawab dari cukup puas sampai sangat puas artinya bahwa dari lebih besar yang menjawab puas daripada yang tidak puas sehingga eksistensi kualitas pelayanan untuk variabel Responsiveness (X3) ada. Untuk variabel Assurance (X4) di atas dapat dijelaskan bahwa 42,11 % menjawab sangat tidak puas dan tidak puas dan 57,89 % menjawab dari cukup puas sampai sangat puas artinya bahwa dari lebih besar yang menjawab puas daripada yang tidak puas sehingga eksistensi kualitas pelayanan untuk variabel Assurance (X4) ada. Untuk variabel Emphaty (X5) di atas dapat dijelaskan bahwa 31,58 % menjawab sangat tidak puas dan tidak puas dan 68,42 % menjawab dari cukup puas sampai sangat puas artinya bahwa dari lebih besar yang menjawab puas daripada yang tidak puas sehingga eksistensi kualitas pelayanan untuk variabel Emphaty (X5) ada.

Untuk variabel Zero Defects (X6) di atas dapat dijelaskan bahwa 30,53% menjawab sangat tidak puas dan tidak puas dan 69,47 % menjawab dari cukup puas sampai sangat puas artinya bahwa dari lebih besar yang menjawab puas daripada yang tidak puas sehingga eksistensi kualitas pelayanan untuk variabel Zero Defects (X6) ada. Untuk variabel Kepuasan (Y) di atas dapat dijelaskan bahwa 30,53% menjawab sangat tidak puas dan tidak puas dan 69,47% menjawab dari cukup puas sampai sangat puas artinya bahwa dari lebih besar yang menjawab puas daripada yang tidak puas sehingga eksistensi kualitas pelayanan untuk variabel Kepuasan (Y) ada.

Hipotesis I Pengujian Secara Simultan

Mengacu pada tabel hasil analisis regresi dengan enam variabel kualitas pelayanan Konsultan (X) terhadap kepuasan pengguna jasa Konsultan pada Pemerintah Kota Malang (Y) secara simultan diketahui nilai $F = 5,986$ pada signifikansi 0.000 lebih kecil dari pada 5% ($0,05$), dapat dijelaskan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan positif. Artinya, ada pengaruh variabel-variabel kinerja kualitas pelayanan Konsultan yang meliputi dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Zero Defect secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa konsultan di Lingkungan Pemerintah Kota Malang. Dengan demikian hipotesis pertama yang peneliti ajukan, yaitu kualitas pelayanan konsultan yang meliputi variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Zesro Defect secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa konsultan di Lingkungan Pemerintah Kota Malang terbukti kebenarannya. Selanjutnya dari hasil $R^2 = 0,290$ dapat diartikan bahwa peranan variabel independent terhadap variabel dependent secara statistik adalah nyata, dengan indikasi bahwa indikator-indikator pada variabel independent dari 6 dimensi kualitas

layanan dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa konsultan di lingkungan pemerintahan Kota Malang. Dengan $R^2 = 0,290$, berarti pengaruh sebesar 29 % untuk menjelaskan variabel dependent, sedangkan sisanya 71 % dipengaruhi oleh indikator-indikator diluar model penelitian ini.

Hasil penelitian pada uji F ini sesuai dengan visi dan misi dari CV. Mukti Pratama Konsultan. Bahwa, untuk mencapai peningkatan mutu pelayanan pada pengguna jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang melaksanakan kebijakan di antaranya selalu meningkatkan pelayanan prima pada pengguna jasa, kantor yang baik, peralatan operasional yang mendukung, SDM dan sistem keuangan yang mendukung, pelayanan yang baik, pelayanan yang cepat, pelayanan yang baik, dan diusahakan tidak mengecewakan pengguna jasa.

Hipotesis II Pengujian Secara Parsial

Pengujian hipotesis ke dua yang diajukan dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh secara parsial dengan melakukan uji regresi secara parsial. Syross dkk. (1992; 243), menyatakan tentang adanya kontribusi uji secara parsial (uji t) terhadap kepuasan pengguna jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang yang meliputi variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Zero Defects secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa konsultan di lingkungan Pemerintah Kota Malang sebagai uji tentang signifikannya dengan memperhatikan semua hasil regresi (variabel bebas) yang lain. Dari lampiran 3 berdasarkan regresi diperoleh nilai t, koefisien regresi, dan signifikansinya dari masing-masing variabel bebas yang diteliti. Hal ini, bisa dilihat dari besarnya masing-masing nilai t, dan tingkat signifikansi seperti pada tabel 1. Dari keenam variabel tersebut, ada 2 (dua) variabel yang mempunyai variabel kurang kuat dan negatif, yaitu Reliability (X2), dan Empathy (X5). Oleh sebab itu harus dilakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk masing-masing variabel, yakni:

1. Variabel realibility (X2), yaitu dengan jalan: (a) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan yang tepat; seperti melaksanakan diskusi laporan progress berupa laporan pendahuluan, laporan antara dan laporan akhir sesuai skedul yang telah ditentukan; (b) Meningkatkan transparansi layanan yang diberikan, seperti memberikan hasil analisis sesuai data data yang tersedia; (c) Meningkatkan sistem atau prosedur pelayanan sehingga lebih mudah dipahami, seperti dengan memberikan jadwal kegiatan pelaksanaan, (d) Menerapkan waktu pelayanan sesuai yang dijanjikan, seperti melakukan asistensi pekerjaan sesuai dengan jadwal kegiatan; (e) Meningkatkan kerahasiaan database pengguna jasa sehingga lebih terjamin, seperti tidak memberikan hasil layanan jasa konsultansi ke pihak lain tanpa se ijin pengguna jasa.
2. Variabel empathy (X5), yaitu dengan jalan: (a) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan yang adil, seperti memberikan penjelasan hasil kegiatan pada saat diskusi kepada PPK dan PPTK; (b) Meningkatkan SDM Konsultan agar meninggalkan kesan yang baik setiap akhir pelayanan, seperti SDM Konsultan selalu memberikan pelayanan dengan sopan dan baik mulai awal sampai dengan akhir kegiatan; (c) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan atensi/ucapan sebagai pelayanan pengguna jasa yang baik, seperti SDM Konsultan selalu berkomunikasi dengan kata kata yang dan sopan selama pelaksanaan kegiatan.

Selain itu, ada 4 (empat) variabel yang berpengaruh kuat dan positif, yakni variabel tangible (X1), variabel Responsiveness (X3), dan variabel assurance (X4) dan zero defect (X6). Namun demikian, harus tetap lebih ditingkatkan lagi kualitas layanan untuk masing masing variabel yakni:

1. Variabel tangible (X1) dengan jalan: (a) Meningkatkan agar menyediakan kantor yang lebih representative, seperti melengkapi kantor dengan tempat parkir yang baik, ruangan tunggu, ruangan tamu, ruangan diskusi dan lain lain; (b) Meningkatkan penambahan peralatan operasional yang mendukung, seperti menambah transportasi mobil atau kendaraan motor

- untuk mobilisasi selama survey dan untuk asistensi atau diskusi; (c) Memberikan pelayanan yang tulus dan bersikap sopan, seperti detiap Asistensi atau diskusi dengan penngguna jasa harus memberikan layanan dengan sepenuh hati dan ikhlas juga menghormati pengguna jasa. (d) Meningkatkan Sistem manajemen keuangan yang mendukung, seperti melengkapi struktur organisasi pada penyedia jasa dengan bagian keuangan yang sesuai bidang dan keahliannya dan sumberdana yang cukup untuk melaksanakan kegiatan.
2. Variabel responsiveness (X3) dengan jalan: (a) Meningkatkan agar SDM Konsultan memberikan pelayan secepat mungkin, seperti jika pengguna jasa meminta kita datang dan minta informasi progress pekerjaan, maka harus dengan cepat datang ke dinas yang memberikan kegiatan. (b) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan sampai tuntas, seperti Jika memberikan pelayanan kegiatan harus selesai sampai disetujui oleh PPTK atau PPK; (c) Meningkatkan SDM Konsultan agar melakukan komunikasi yang ramah dengan bahasa yang mudah dipahami, seperti jika melaksanakan kegiatan harus berkomunikasi dengan mengedepankan saling menghormati dan berbicara sesuai dengan apa yang menjadi ruang lingkup kegiuatan. (d) Meningkatkan SDM Konsultan agar selalu mendengar keluhan pengguna jasa dan membantu menyelesaikan, seperti dalam melaksanakan pekerjaan ada masukan untuk perbaikan laporan dilaksanakan dan disampaikan dengan laporan yang baik sesuai yang diinginkan penyedia jasa.
 3. Variabel assurance (X4) dengan jalan: (a) Meningkatkan kemampuan SDM Konsultan tentang pelayanan jasa Konsultansi, seperti Kemampuan SDM Konsultan dilakukan dengan mengikuti pendidikan dan pelatihan, disekolahkan ke jenjang yang lebih tinggi dan lain lain. (b) Meningkatkan pelayanan dengan tulus dan sopan, seperti memberikan produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pengguna jasa dan diberikan sesuai Kerangka Acuan Kerja yang ada. (c) Meningkatkan pelayanan dengan system komputerais.seperti memberikan pelayanan yang ada dikantor dilengkapi dengan wi-fi, CCTV, computer yang canggih dan lain lain.
 4. Variabel zero defect (X6) dengan cara: (a) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan dengan memiliki pengetahuan yang baik pada pengguna jasa, seperti Memberikan tenaga ahli yang melayani pengguna jasa yang memiliki kompetensi dengan dibuktikan sertikat keahlian. (b) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan dengan fasilitas baik pada pengguna jasa, seperti Pada saat survei ke lapangan diberikan fasilitas mobil atau kendaraan bermotor sesuai dengan Rencana Anggaran Biaya yang dibutuhkan. (c) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan dengan penuh perhatian pada pengguna jasa, seperti bersedia dan bertanggung jawab jika sewaktu-waktu diminta untuk menjelaskan hasil pekerjaan. (d) Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan dengan penuh kesadaran pada pengguna jasa, seperti memberikan pelayanan dengan tepat waktu tanpa harus diminta datang dan menjelaskan.
 5. Meningkatkan SDM Konsultan agar memberikan pelayanan dengan penuh motivasi dalam melayani pengguna jasa. Seperti Dalam melakukan perbaikan laporan yang diminta oleh pengguna jasa maka harus dengan cepat memperbaiki dan menyerahkannya kembali apa sudah sesuai yang diminta.

Hipotesa III Pengujian Variabel Dominan

Dari enam variabel bebas kualitas pelayanan konsultan yang meliputi variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Zero Defect secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa konsultan di lingkungan dinas Kota Malang, terdapat satu variabel yang berpengaruh kuat dan positif dalam mempengaruhi kepuasan pengguna jasa konsultan di lingkungan Pemerintah Kota Malang, yaitu Assurance (X4).dimana nilai $t_{hit} = 4,013$ dan dengan $sig = 0,000$ Artinya, hipotesis ke tiga terbukti kebenarannya bahwa Assurance (X4) mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pengguna jasa konsultansi di lingkungan Pemerintah Kota Malang.

Pembahasan

Hipotesis yang peneliti ajukan terbukti kebenarannya dengan berbagai kontribusi dari masing-masing variabel sebagai berikut.

Pengaruh Bersama Kualitas Pelayanan Konsultan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di Lingkungan Pemerintah Kota Malang

Berdasarkan hasil uji secara simultan dengan melihat nilai (Uji F) menunjukkan F hitung sebesar 5,986 dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari taraf nyata (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan konsultan yang meliputi variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Zero Defect secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa di lingkungan Pemerintah di Kota Malang. Artinya, secara serempak atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap kepuasan pengguna jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang.

Pengaruh Masing-Masing Variabel Kualitas Pelayanan Konsultan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di Lingkungan Pemerintah Kota Malang

Menurut hasil perhitungan statistik, di antara variabel kualitas pelayanan Konsultan yang diteliti ditemukan bahwa terdapat empat variabel yang sama-sama berpengaruh kuat dan positif dalam mempengaruhi kepuasan pengguna jasa konsultan di Lingkungan Pemerintah Kota Malang, yaitu Tangibles (X1), Responsiveness (X3) Assurance (X4), dan Zero Defects (X6). Di samping itu terdapat dua variabel yang sama-sama berpengaruh tidak kuat dan negatif yaitu Reliability (X2) dan variabel Empathy (X5). Kualitas pelayanan yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan kantor yang representatif, peralatan operasional yang mendukung, SDM Konsultan yang mendukung dan sistem manajemen keuangan yang mendukung masih dirasakan kurang dan kedepan CV. Mukti Pratama Consultant harus meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal bukti langsung (Tangibles= X1) agar pengguna jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang akan puas dan memilih CV. MPC sebagai penyedia jasa konsultan.

Penyelenggara pelayanan konsultan khususnya pada pengguna di lingkungan Pemerintah Kota Malang mendasarkan pada aspek bukti langsung (Tangible=X1), maksudnya pelayanan yang disampaikan dapat dirasakan langsung oleh pengguna jasa konsultan yang akan menerima hasil produk kegiatan konsultan dimana konsultan menyiapkan kantor yang representatif, peralatan operasional, SDM yang mendukung, sistem keuangan manajemen yang mendukung. Untuk aspek keterhandalan (Reliability=X2) pelayanan konsultan yang di sampaikan harus memiliki keterhandalan dimana konsultan memberikan pelayanan dengan SDM yang memberikan pelayanan tepat, transparansi layanan yang diberikan, sistem prosedur dan pelayanan yang mudah dipahami, waktu pelayanan yang sesuai yang dijanjikan, kerahasiaan database pengguna jasa telah terjamin masih dirasakan kurang dan kedepan CV. Mukti Pratama Consultant harus meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal kehandalan (Reliability=X2) agar pengguna jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang akan puas dan memilih CV. MPC sebagai penyedia jasa konsultan.

Untuk aspek untuk merespon dengan cepat (Responsiveness=X3) pelayanan konsultan yang disampaikan harus memiliki respon dengan cepat dimana konsultan memberikan SDM Konsultan yang memberikan pelayanan secepat mungkin, pelayanan sampai tuntas, melakukan komunikasi dengan ramah dan bahasa yang mudah dipahami, mendengar keluhan pengguna jasa konsultan dan membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami pengguna dirasakan sudah cukup namun ke depan CV. Mukti Pratama Consultant harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal merespon dengan cepat (Responsiveness=X3) agar

pengguna jasa dilingkungan Pemerintah Kota Malang akan puas dan memilih CV. MPC sebagai penyedia jasa kosultan.

Pada aspek kepercayaan (Assurance=X4) yaitu mencakup jaminan dan kemampuan tentang pelayanan SDM konsultan memiliki kemampuan penguasaan tentang jasa pelayanan yang diberikan, memberikan pelayanan dengan tulus dan sikap sopan, melakukan pelayanan dengan sistem komputerais telah terjamin masih dirasakan kurang dan kedepan CV. Mukti Pratama Consultant harus meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal kepercayaan (Assurance=X4) agar pengguna jasa dilingkungan Pemerintah Kota Malang akan puas dan memilih CV.MPC sebagai penyedia jasa kosultan. Aspek simpatik (Emphaty=X5), yaitu peduli memberi perhatian secara inten pada setiap pengguna jasa konsultan agar pelayanannya adil, kesan yang baik, atensi dan ucapan yang baik pada pengguna jasa telah terjamin masih dirasakan kurang dan kedepan CV. Mukti Pratama Consultant harus meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal simpatik (Emphaty=X5) agar pengguna jasa dilingkungan Pemerintah Kota Malang akan puas dan memilih CV.MPC sebagai penyedia jasa kosultan.

Aspek sempurna (Zero Defect=X6), yaitu SDM Konsultan memberikan pelayanan dengan meiliki pengetahuan yang baik pada pengguna jasa, memberikan pelayanan dengan penuh perhatian, memberikan pelayanan dengan penuh kesadaran dan memberikan pelayanan dengan penuh motivasi dalam melayani pengguna jasa dirasakan cukup puas oleh pengguna jasa dan ke depan CV. Mukti Pratama Consultant tetap harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal pelayanan yang sempurna (Zero Defects=X3) agar pengguna jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang akan puas dan memilih CV.MPC sebagai penyedia jasa kosultan.

Pengaruh Variabel Dominan Kualitas Pelayanan Konsultan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang

Terdapat satu variabel yang berpengaruh kuat dan positif dalam mempengaruhi kepuasan pengguna jasa konsultan dilingkungan Pemerintah Kota Malang, yaitu Assurance (X4), dimana nilai $t_{hit} = 4,013$ dan dengan $t_{sig} = 0,000$. Artinya CV. Mukti Pratama Consultant dalam melaksanakan setiap kegiatan yang diberikan oleh pengguna jasa dilingkungan Pemerintah Kota Malang SDM Konsultan telah memiliki kemampuan dalam memberikan pelayanan jasa konsultan, memberikan pelayanan dengan sikap tulus dan sopan, dan telah memberikan pelayan dengan sistem, sehingga ini menjadikan nilai yang paling positif dan berpengaruh pada pengguna jasa dalam menentukan pilihannya dan akan tetap menggunakan CV. Mukti Pratama Consultant sebagai penyedia jasa pada masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembuktian hipotesis penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa simpulan dan saran-saran sebagai berikut:

1. Eksistensi Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa (CV. MPC) dapat meningkatkan kepuasan pengguna jasa di lingkungan Pemerintah Kota Malang karena meliputi variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Zero defect ini dapat memberikan gambaran jawaban dari pengguna jasa yang menjawab dari semua pertanyaan secara persentase menjawab cukup puas sampai dengan sangat puas yang lebih besar jika di banding yang menjawab sangat tidak puas sampai tidak puas.
2. Kualitas pelayanan konsultan yang meliputi variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Zero defect pada Pengguna Jasa di Lingkungan Kota Malang secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan Pengguna Jasa Konsultan di Kota Malang.
3. Kualitas pelayanan konsultan yang meliputi variabel Tangible (X1), Responsiveness (X3), Assurance (X3), dan Zero Defect (X4) pada kepuasan pengguna jasa di lingkungan Kota

Malang secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa konsultan di lingkungan Pemerintah Kota Malang.

4. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pengguna jasa konsultan di lingkungan Pemerintah Kota Malang adalah variabel Assurance (X4).

Adapun saran yang perlu peneliti sampaikan berdasarkan hasil temuan di lapangan, antara lain masih diperlukan penelitian lebih lanjut oleh peneliti berikutnya karena masih terdapat 71,00% faktor lain yang mempengaruhi kualitas layanan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pengguna jasa konsultan di lingkungan Pemerintah Kota Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Cronin & Taylor. 1992. "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension, Journal Of Marketing, 56.
- Fornell Claes, et al.. 1995. *Business Research Methods Fifth edition*. USA: Richard D. Irwin, Inc.
- Gremler, Dwayne & Stephen W Brown. (1996)." Service Loyalty : Its Nature, Importance, and Implications", In *Advancing Service Quality : A Global Perspective*, B.Edvardsson, SW Brown, R.Johnston, et al, Eds. International Service Quality Association, 171 – 180.
- Hurley, Robert F, & Hooman Estelami. 1998. "Alternative Indexes for Monitoring Customer Of Service Quality : A Comparative Evaluation in a Retail Context," *Journal Of Academy Of Marketing Science* 26 (3), 209 - 221.
- Kotler, P. 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*", *Ninth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Le Boeuf. 1992. *Memenangkan dan Memelihara Pelanggan*. Jakarta: Pustaka Tangga.
- Martin Company. 1962. "Acceptable Quality Level Standard Known As AQL," Orlando Florida, The Librazette For Employees Of Librascope Group General Precision Inc., Vol. 10 No. 8, July 1965
- Parasuraman, Zeithaml, Berry. 1991. "Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality".
- Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2016 Kota Malang tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Malang.
- Sachdev, S.B, & Verma, HV. 2004. "Relative Importance Of Service Quality Dimensions : a Multisectoral Study", *Journal Of Service Research*, Vol 4. Issue 1, 93 -116.
- Tjiptono Fandy. 1994. *Strategi Pemasaran*". Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Jasa Konstruksi Nomor 9 tahun 2009
- Wilkie. 1990. *Consumer Behavior*," *2th edition*. New York: Mcgraw-Hill International Editions.
- Zeithaml, Valerie A and Bitner, Mary Jo. 1996. *Service Marketing*. New York: Mcgraw-Hill