

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Ramses Studio Di Bandar Lampung

Taufik Ramadani¹, Aripin Ahmad²

^{1,2}Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen, Universitas Lampung

Email : ¹taufikramadani27@gmail.com ²aripinahmad@yahoo.com

Abstrak - Kualitas pelayanan pelanggan berdampak pada keputusan pelanggan, dan keputusan pelanggan akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Salah satu usaha yang meramaikan persaingan di bidang fotografi dengan konsep anak muda di Bandar Lampung adalah Ramses Studio yang juga bergerak di bidang jasa fotografi. Manajemen Sanggar harus selalu memperhatikan aspek-aspek yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan jasa foto, yaitu berupa beberapa batasan pada komposisi layanan jasa yaitu berwujud, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Permasalahannya adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung. Berdasarkan hasil pembahasan dengan statistik regresi berganda, keputusan pembelian konsumen pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel independen Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) dan Empati (X5). Secara keseluruhan variabel independen yang mempengaruhi keputusan pelanggan dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,404$ atau 40,40%, seluruh variabel independen mempengaruhi keputusan pelanggan dan sisanya sebesar 59,60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diidentifikasi atau diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Pelanggan, Regresi Berganda.

***Abstract** - The quality of customer service has an impact on customer decisions, and customer decisions will affect customer loyalty. One of the businesses that has enlivened the competition in the field of photography with the concept of young people in Bandar Lampung is Ramses Studio which is also engaged in photography services. Studio Management must always pay attention to aspects that can influence consumer behavior to use photo services, namely in the form of several limitations on the composition of service services, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The problem is whether service quality influences consumer purchasing decisions for visitors to Ramses Studio Photography Bandar Lampung services. The purpose of this study was to determine whether service quality influences consumer purchasing decisions for visitors to Ramses Studio Photography Bandar Lampung services. Based on the results of the discussion with multiple regression statistically, consumer purchasing decisions for visitors to Ramses Studio Photography Bandar Lampung services are jointly influenced by the independent variables Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) and Empathy (X5). Overall, the independent variables influencing customer decisions can be shown by the value of the coefficient of determination $R^2 = 0.404$ or 40.40%, all independent variables affect customer decisions and the remaining 59.60% are influenced by other factors not identified or examined in this research.*

***Keywords:** Service Quality, Customer Decisions, Multiple Regression.*

1. PENDAHULUAN

1.1 Tujuan Penulisan

Kualitas pelayanan adalah salah satu aspek penting dalam dalam memenuhi keinginan pelanggan. tingginya kualitas pelayanan adalah persepsi konsumen merasa puas setelah terjadinya transaksi. Aspek lain adalah kualitas produk. Oleh karena itu studio foto harus berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh studio foto pesaing.

Sejalan dengan persaingan tersebut, hampir semua perusahaan jasa khususnya memberikan kemudahan bagi setiap pelanggannya. Kualitas pelayanan sangat penting dalam bisnis jasa. Selain menawarkan berbagai macam produk jasa, juga harus mampu memberikan pelayanan yang baik dari fisik maupun nonfisik yang dimaksudkan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggannya.

Dimensi kualitas pelayanan pada pelayanan foto atau jasa pemotretan Salah satu usaha yang menyemarakkan persaingan bidang fotografi dengan konsep anak muda di Bandar Lampung adalah Ramses Studio yang juga bergerak dibidang jasa fotografi. Usaha yang terletak di Jl. Pangeran Antasari Bandar Lampung.

Ramses Studio Photography mampu memberikan pelayanan, kualitas produk dan harga terbaik dalam upaya menarik target pasar dan menghadapi persaingan yang tidak dimiliki pesaingnya dengan menyediakan fotografer profesional yang terlatih oleh Ramses Studio Photography.

Penjualan Ramses Studio Photography dari tahun 2018 sampai 2021 mengalami peningkatan namun berfluktuasi. Pada tahun 2018 penjualan Ramses Studio Photography berjumlah 2253 pengunjung, lalu menurun ditahun 2019 menjadi 1494 pengunjung, dan menurun kembali lagi pada tahun 2020 berjumlah 772 pengunjung, penurunan ini terjadi karena wabah penyakit COVID 19 dan meningkat lagi pada tahun 2021 berjumlah 4654 pengunjung yang menggunakan jasa Ramses Studio Photography. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN RAMSES STUDIO DI BANDAR LAMPUNG”**.

1.2 Permasalahan

Penjualan Ramses Studio Photography dari tahun 2018 sampai 2021 mengalami peningkatan namun berfluktuasi. Hasil dari uraian tersebut maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan yaitu : Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung.

1.3 Tujuan Penulisan

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Jasa

Terdapat banyak ahli yang menguraikan tentang pengertian jasa, jasa merupakan suatu perilaku atau tindakan seseorang atau pihak kepada pihak lainnya yang memiliki nilai dan tidak berwujud fisik maupun menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa dapat menghasilkan suatu produk ataupun tidak

2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019:121) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.” Terdapat lima unsur penentu kualitas jasa menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2015:133) yang dapat dirinci sebagai berikut.

- 1) Keandalan (*Reliability*), Menurut Kotler dan Keller (2019:53) “Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara andal dan akurat.” Unsur terpenting dalam dimensi ini yaitu memberikan pelayanan sesuai janji, pelayanan tepat waktu dan pertanggungjawaban atas penanganan masalah yang akan dihadapi
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), Menurut Kotler dan Keller (2019:53) “Daya tanggap merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.” Unsur dimensi ini perusahaan harus memberikan pelayanan dan dapat menanggapi permintaan pelanggan sesuai keinginannya bukan dari keinginan perusahaan “Daya tanggap berkenaan dengan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja jasa akan diberikan dan kemudian memberikan

jasa secara cepat, apabila karyawan cepat tanggap melayani pelanggan maka perusahaan akan mendapat simpati dari pelanggan itu sendiri”.

- 3) Jaminan (*Assurance*) Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2015:134), menyatakan bahwa “karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman kepada pelanggan”. dengan empat unsur kepercayaan yang diberikan dengan rasa aman. maka kepuasan pelanggan dapat tercapai
- 4) Empati (*Empathy*), menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2015:134), bahwa “perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman”. Hubungan empati dengan kepuasan pelanggan apabila telah merasa puas dengan empati yang diberikan perusahaan, maka pelanggan akan loyal dengan jasa yang diberikan perusahaan tersebut, (Kotler dan Keller 2019:53).
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*), menurut Kotler dan Keller (2019:53) “Bukti fisik atau wujud merupakan penampilan fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi.” Bukti fisik salah satu dimensi kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena aktifitas usaha dalam jasa banyak bergantung pada sifat pelanggan dalam berinteraksi langsung dengan perusahaan. Hubungan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono dan Chandra (2015:135), bahwa berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya perusahaan jasa, para pelanggan akan banyak dipengaruhi oleh atribut-atribut yang digunakan oleh perusahaan seperti penampilan karyawan.

2.3 Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan dapat ditentukan hanya jika terdapat beberapa alternatif yang dapat dipilih. Jika tidak terdapat dua atau lebih pilihan maka tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Keputusan pembelian konsumen adalah kegiatan membeli suatu merek yang disukai dari beberapa pilihan alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap dari orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Pengambilan keputusan yaitu suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam memperoleh barang dan mempergunakannya

Kegiatan pengambilan keputusan merupakan perilaku yang dilakukan untuk mencapai sasaran, dengan demikian pemecahan masalah dapat terpecahkan dan diarahkan sesuai dengan sasaran. Proses keputusan pembelian yang spesifik menurut Kotler dan Armstrong (2012:179) yaitu : pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. tahapan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pengenalan masalah, konsumen sadar akan kebutuhannya dan dapat menyadari bahwa adanya perbedaan antara kondisi yang diinginkan dan kondisi sesungguhnya.
- b. Pencarian informasi, melakukan pencarian secara aktif karena konsumen ingin mencari lebih banyak konsumen yang memperhatikan
- c. Evaluasi alternatif, mempelajari alternatif yang sudah diperoleh dan mendapatkan alternatif pilihan terbaik yang digunakan untuk keputusan pembelian
- d. Keputusan membeli, melakukan proses pembelian setelah mengevaluasi alternatif yang tersedia
- e. Perilaku sesudah pembelian, kepuasan atau ketidakpuasan setelah melakukan pembelian terhadap suatu produk

2.4 Kerangka Pemikiran

Saat ini persaingan dalam bisnis sudah sangat ketat, terutama dalam bidang jasa pelayanan studio foto. Penyedia jasa layanan foto yang menjual produk layanan foto tersebut harus terus memperhatikan sisi kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan yang

sesuai dengan harapan pada pelanggan akan menimbulkan kepuasan dan mengakibatkan pelanggan yang ingin membeli produk yang akan ditawarkan. Kepuasan yang sudah didapatkan pelanggan kan membawa dampak positif bagi perusahaan. Jasa adalah segala tindakan atau perilaku yang ditawarkan suatu pihak ke pihak lain tetapi bersifat tidak berwujud fisik. Produksi dari jasa itu sendiri dapat berwujud fisik maupun tidak.

Kualitas pelayanan adalah suatu keunggulan yang diinginkan pelanggan dan pengendalian atas keunggulan tersebut diharapkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lebih rendah dari harapan konsumen, maka konsumen akan menggunakan jasa perusahaan lain. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor memengaruhi kualitas pelayanan

Berdasarkan teori dan penelitian Herry Widagdo, (2011:8), “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan promosi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer pada PT. XYZ Palembang”. Hasilnya secara simultan diperoleh nilai Fhitung sebesar 20,557 atau nilai P- value (Sig) sebesar 0,000, karena nilai p-value < α , maka H_0 ditolak. Artinya pada taraf nyata sebesar 5% dinyatakan adanya pengaruh antara kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Lima unsur layanan yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* semua itu berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2.5 Hipotesis

Kualitas layanan yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa foto Ramses Studio Photography.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumber dari:

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber dari suatu penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Sumber data primer diperoleh dari kuisioner yang disebarkan kepada pelanggan atau pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung serta Arsip Ramses Studio Photography Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data suatu penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data yang berasal dari bebrbagai sumber baik dari artikel maupun karya ilmiah yang dipublikasikan di internet.

3.2 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Diperoleh melalui wawancara secara langsung kepada pelanggan atau Ramses Studio Photography Bandar Lampung.

b. Dokumentasi

Terdiri dari data yang diperoleh dari Ramses Studio Photography Bandar Lampung dan brosur-brosur yang telah diberikan oleh Ramses Studio Photography Bandar Lampung

c. Angket

Dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada Ramses Studio Photography Bandar Lampung secara acak sesuai dengan metode pengambilan sampel.

3.3 Metode Penentuan Sampel

Sampel adalah suatu individu dalam suatu tempat yang diteliti dan dapat menggambarkan representatif mengenai keadaan populasi. Penelitian ini tidak meliputi seluruh populasi karena tidak dapat mencakup populasi yang begitu besardan sampel yang diberikan dianggap mampu mewakili penelitian tersebut. Mengingat populasi tdiak dapat dihitung secara pasti, maka penentuan sampel menggunakan rumus Maholtra (2014:105) dikatakan bahwa jumlah sampel minimal 4 atau 5 kali dari jumlah item dalam instrumen penelitian, sehingga penentuan sampel sebanyak 5 kali jumlah item yaitu: $n = 5 \times 17 = 85$. Supaya hasil penelitian dapat dipercaya, maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4 Alat Analisis

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan akan dibuktikan dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Persamaan regresi ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pelanggan

a = konstanta

X1 = *Tangible*

X2 = *Reliable*

X3 = *Responssiveness*

X4 = *Assurance*

X5 = *Emphaty*

e = Error Term

β_i = Koefisien Regresi ..i = 1.,2.,.3.,4.,.5.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Regresi Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan komputer pada Lampiran IV diperoleh hasil dalam bentuk persamaan regresi berganda dengan maksud Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pengunjung jasa Ramses Studio Photography Bandar Lampung, maka dapat ditulis kembali dalam bentuk persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut.

$$Y = 275,295 + 0,633 X_1 + 1,023 X_2 + 1,201 X_3 + 0,895 X_4 + 0,711 X_5$$

$$Se \quad 0,107 \quad 0,136 \quad 0,114 \quad 0,116 \quad 0,106$$

$$Sig. \quad 0,000 \quad 0,000 \quad 0,001 \quad 0,002 \quad 0,000$$

$$R^2 = 0,404$$

$$Fo = 12,729$$

$$Sig. = 0,000$$

4.2 Pengujian Hipotesis Statistik Peubah Secara Bersama-Sama

Pengujian hipotesis statistik semua peubah bebas secara bersama terhadap keputusan keputusan pelanggan menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung digunakan uji Fisher (*Fisher test*) pada alpha 5 % dengan langkah pengujian secara statistik sebagai berikut.

H_0 : $b_i = 0$ (bi tidak berbeda nyata dengan nol)

H_a : $b_i > 0$ (sekurang-kurangnya salah satu bi lebih besar dari nol)

Keputusan jika :

$F_{sig} \leq F_{\alpha}$ ini berarti H_0 ditolak

$F_{sig} > F_{\alpha}$ ini berarti H_0 diterima

Berdasarkan hasil perhitungan terlihat pada Lampiran IV., maka hasil pengujian seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji F

F- α	F-Sig. hitung	Kesimpulan
0,05	0,000	Karena sig.hitung < sig.penelitian, maka H_0 ditolak

Sig. penelitian 5 % (0,05)

Memperhatikan hasil persamaan secara statistik tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut.

Secara statistik keputusan keputusan pelanggan menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung secara serempak (bersama-sama) dipengaruhi oleh variabel $X_1 = Tangibles$ $X_2 = Reliability$ $X_3 = Responsiness$ $X_4 = Assurance$ $X_5 = Emphaty$ pada tingkat signifikansi alpha lima persen atau pada tingkat kepercayaan 95 %.

Keseluruhan variabel bebas pelayanan mempengaruhi keputusan pelanggan menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,404$ atau 40,40 % seluruh variabel bebas pelayanan mempengaruhi keputusan pelanggan menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung dan sisanya sebesar 49,60 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diidentifikasi atau di teliti dalam penelitian ini.

4.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Pengujian hipotesis statistik secara parsial dari masing-masing variabel bebas terhadap keputusan pelanggan menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung digunakan uji t (*Student t*) pada alpha 5 % atau tingkat kepercayaan 95 % dengan langkah-langkah pengujian statistik seperti terlihat dalam berikut ini.

H_0 : $b_i = 0$ (bi., tidak berbeda nyata dengan nol)

H_a : $b_i > 0$ (bi., lebih besar dari nol) $i = 1,2,3,4,5,$

Keputusan jika :

$t_{sig} \leq t_{\alpha}$ ini berarti H_0 ditolak

$t_{sig} > t_{\alpha}$ ini berarti H_0 ditolak

Berdasarkan hasil perhitungan terlihat pada Lampiran IV., maka hasil pengujian seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Parsial Keputusan Jasa Foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung

Variabel Bebas	Sig.Hitung	Kesimpulan*
----------------	------------	-------------

X ₁	= <i>Tangibles</i>	0,000	Ho ditolak
X ₂	= <i>Reliability</i>	0,000	Ho ditolak
X ₃	= <i>Responsiveness</i>	0,000	Ho ditolak
X ₄	= <i>Assurance</i>	0,000	Ho ditolak
X ₅	= <i>Emphaty</i>	0,000	Ho ditolak

* Karena nilai sig. hitung di bawah alpha yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu 5% (0,05)

Secara statistik berdasarkan hasil uji-t., ternyata nilai Sig-hitung untuk seluruh variabel bebas tersebut di bawah nilai signifikansi (alpha) dalam penelitian ini yaitu 5% (0,05) dan derajat kebebasan sebesar 94. yang bermaksud secara statistik bahwa masing-masing variabel bebas X₁ = *Tangibles* X₂ = *Reliability* X₃ = *Responsiveness* X₄ = *Assurance* X₅ = *Emphaty* berpengaruh terhadap keputusan pelanggan menggunakan jasa di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung sebagai variabel terikat (Y).

4.4 Implikasi Hasil Perhitungan.

Implikasi hasil perhitungan merupakan pembahasan yang dikaitkan dengan lima dimensi ciri-ciri kualitas jasa.

a. *Tangible*

Tangible dimaksudkan untuk mengukur penampilan fisik seperti kondisi area parker Ramses Studio, penataan eksterior dan interior Ramses Studio, ruangan Ramses Studio serta penampilan karyawan. Dengan demikian terkait dengan penelitian ini adalah variabel (X₁) Kondisi fisik, berdasarkan hasil perhitungan secara statistik bahwa kondisi fisik Ramses Studio Photography di Bandar Lampung dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan memiliki pengaruh positif. Ini berarti secara statistik apabila kondisi fisik Ramses Studio Photography di Bandar Lampung adalah baik/ menyenangkan, maka para pelanggan akan merasakan puas dan memutuskan akan menggunakan jasa foto untuk masa-masa akan datang. Melihat hasil perhitungan secara statistik tersebut, ini berarti memberikan indikasi bahwa kondisi fisik harus dibuat sedemikian rupa agar pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal ini pelanggan atau pengunjung merasakan kenyamanan untuk menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung.

b. *Reliability*

Reliability merupakan ciri pelayanan kualitas jasa tersebut dilakukan secara tepat dan handal. Untuk itu terkait dengan penelitian ini adalah variabel X₂ yaitu variabel *Reliability* (ketepatan). Ternyata bahwa secara statistik bahwa *Reliability* (yaitu tarif, ketepatan waktu pelayanan Ramses Studio) memiliki pengaruh positif. Ini berarti secara statistik keputusan pelanggan menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung karena pengaruh *reliability* yang tepat dan bersifat positif.

Ketepatan dalam segala hal, terlebih dalam pelayanan jasa sangatlah perlu diperhatikan, apabila pelanggan merasakan kelalaian dari pegawai atau karyawan yang menyebabkan kekecewaan akibat buruknya pelayanan, maka akan sulit untuk dilupakan. Berbeda dengan pembelian barang secara fisik yang dapat ditukar kembali atau dapat direnovasi.

c. *Responsiveness*

Maksudnya membantu pelayanan kepada pelanggan dengan cepat. Ini berarti termasuk variabel (X₃) yaitu kecepatan dalam memberikan pelayanan. Berdasarkan hasil perhitungan secara statistik bahwa kecepatan pegawai atau karyawan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan menggunakan jasa foto di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung memiliki pengaruh positif. Ini berarti secara statistik apabila pegawai Ramses Studio Photography di Bandar Lampung dalam memberikan pelayanan yang cepat, maka pelanggan yang diteliti sebagai responden akan merasakan kepuasan. Kecepatan para pegawai dalam memberikan pelayanan kepada

pelanggan memang merupakan hal yang sangat diharapkan, memberikan pelayanan yang cepat sehingga pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama.

Mengingat pemasaran jasa merupakan yang sangat kompleks dibandingkan pemasaran produk secara fisik, salah satu sifat pemasaran jasa yaitu transaksi terjadi bersamaan antara penjual dan pembeli sekaligus saat mengkonsumsinya, sehingga para konsumen akan merasakan saat itu juga dan ini indikatornya adalah cepat atau lambatnya yang dilakukan para pemasar. Semakin cepat transaksi terjadi, maka semakin puas para pelanggannya.

d. Assurance

Assurance dimaksudkan mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya. Dengan demikian yang termasuk dalam dimensi ini yaitu variabel *Assurance* (X_4). Untuk itu berdasarkan perhitungan secara statistik bahwa keramahan pegawai atau karyawan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan di Ramses Studio Photography di Bandar Lampung memiliki pengaruh positif. Ini berarti secara statistik apabila pegawai Ramses Studio Photography di Bandar Lampung ramah dalam memberikan pelayanan pelanggan, maka para pelanggan akan puas.

Keramahan pegawai merupakan unsur yang mencerminkan kualitas jasa yang diberikan. Ini berarti semakin ramah pegawai dalam memberikan pelayanan, maka tingkat kepuasan pelanggan untuk memutuskan menggunakan jasa foto.

e. Emphaty

Emphaty merupakan ciri pelayanan kualitas jasa untuk mengukur pemahaman dan minat karyawan terhadap kebutuhan pelanggan yang diberikan oleh karyawan Ramses Studio. Secara statistik bahwa *Emphaty* pegawai Ramses Studio Photography di Bandar Lampung dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan memiliki pengaruh positif. Ini berarti secara statistik apabila tingkat *Emphaty* pegawai Ramses Studio Photography di Bandar Lampung sesuai dengan yang diharapkan pelanggan akan menyenangkan dalam memberikan pelayanan, maka para pelanggan yang diteliti sebagai responden akan merasakan puas. Memperhatikan hasil perhitungan tersebut, ini berarti pihak pimpinan Ramses Studio Photography di Bandar Lampung harus dapat membekali para pegawai yang melayani pelanggan dibekali dengan pengetahuan tentang pelayanan dan yang lebih penting lagi yaitu pengetahuan tentang tata cara pemberian pelayanan kepada pelanggan yang memuaskan.

Memperhatikan hasil pembahasan implikasi hasil perhitungan tersebut, maka pelayanan jasa Ramses Studio Photography di Bandar Lampung umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jika jasa itu dilakukan oleh orang, maka penyediannya adalah bagian dari jasa.

Dalam jasa pelayanan jasa foto, pelanggan sangat berminat pada penyedia jasa pelayanan yang lebih spesifik. Kondisi ruangan yang menyenangkan, pelayanan yang cepat dan ramah, jawaban pegawai yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Jika pelanggan memiliki *preferensi* yang kuat terhadap pelayanan yang diharapkan, maka pelanggan yang merasa senang dan puas akan ingat untuk menggunakan jasa foto di masa-masa akan datang. Ramses Studio Photography di Bandar Lampung sebagai penyedia jasa khususnya dalam memberikan pelayanan jasa foto dapat mengambil tiga langkah ke arah kontrol kualitas.

Pertama seleksi dan pelatihan pegawai yang baik, sehingga seseorang pelanggan atau pelanggan dapat menemukan pegawai yang sama ramahnya dan penuh pertolongan disetiap pemenuhan kewajiban para pelanggan. Langkah kedua adalah menstandarisasi proses pelaksanaan jasa pelayanan jasa foto kepada pelanggan di seluruh kegiatan foto. Dengan merencanakan pelayanan jasa yang menggambarkan proses jasa dalam suatu bagan yang bermaksud meminimalisir kegagalan dalam pemberian jasa

Langkah ketiga adalah menerima masukan pelanggan dengan system saran dan keluhan sehingga pelayanan yang kurang dapat diperbaiki kedepannya.

Mengingat pelayanan jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk

mengurangi ketidak pastian konsumen atau pelanggan, maka konsumen atau pelanggan akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa yang diberikan.

Konsumen/pelanggan, dapat memberikan kesimpulan tentang kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi dan kondisi fisik bangunan yang terlihat. Untuk mewujudkan strategi penempatan ini, maka dapat dilakukan sejumlah kiat :

- *Tempat* : Letak fisik itu harus memiliki konotasi atau pengertian bahwa jasa yang diberikan dapat dilaksanakan dengan cepat. Eksterior dan interior ruang tunggu harus memiliki garis yang jelas, tata letak meja dan arus jalan harus direncanakan dengan hati-hati agar ruangan tidak terlihat sempit, antrian tidak boleh terlalu panjang.
- *Karyawan* : Memiliki beberapa karyawan sesuai dengan beban kerja.
- *Peralatan* : Komputer, meja harus kelihatan “berseni”. Pelanggan akan berpikir dua kali jika melihat peralatan yang dipergunakan adalah mesin tik model lama.
- *Alat Komunikasi* : Alat komunikasi yang dipergunakan harus menggambarkan efisiensi dan cepat.
- Kondisi fisik ruangan yang memberikan kenyamanan pada pelanggan dalam menikmati pelayanan sehingga pelanggan tidak merasa bosan apabila harus menunggu antrian.

Bisnis jasa akan sangat sulit jika melakukan pendekatan *pemasaran tradisional*. Dalam bisnis produk, produk tersebut hampir standar dan terpajang di rak, menunggu pelanggan untuk mengambilnya, membayar, dan pergi, dalam bisnis jasa, terdapat lebih banyak elemen yang harus diperhatikan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan peneliti, disimpulkan bahwa variable *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa foto Ramses Studio Photography, hal ini didasarkan pada :

1. Secara statistik keputusan pelanggan memutuskan untuk menggunakan jasa foto pada Ramses Studio di Bandar Lampung dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel bebas *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5). Secara keseluruhan variabel bebas pelayanan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan jasa foto pada Ramses Studio di Bandar Lampung ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,404$ atau 40,40 % seluruh variabel bebas pelayanan berpengaruh pada keputusan untuk menggunakan jasa foto pada Ramses Studio dan sisanya sebesar 59,60 % dipengaruhi oleh faktor lainnya.
2. Secara statistik berdasarkan hasil uji-t., ternyata nilai Sig-hitung seluruh variabel dibawah nilai signifikansi (α) didalam penelitian ini yaitu 5% (0,05) dan derajat kebebasan sebesar 94. Secara statistik ternyata bahwa variabel bebas *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa foto pada Ramses Studio sebagai variabel terikat (Y).

4.2 Saran

1. Melihat Hasil Uji Regresi Linier Berganda, variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* berperan dalam mempengaruhi keputusan pelanggan secara keseluruhan sebesar 40,40%, sebaiknya pihak perusahaan Ramses Studio di Bandar Lampung lebih mengoptimalkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan untuk meningkatkan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa foto Ramses Studio di masa akan datang.
2. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai yang paling besar adalah variabel *Responsiveness* (X_3) yaitu sebesar 1,023. Pegawai Ramses Studio meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan

pelanggan dengan cepat, Pegawai Ramses Studio bersedia untuk membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan. Pihak manajemen Ramses Studio harus mampu mempertahankan unsur *Responsiveness* dengan pelayanan yang diberikan, mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan saat menggunakan jasa foto sehingga pelanggan merasa puas dan loyal saat menggunakan jasa foto Ramses Studio.

3. Pengaruh yang paling kecil adalah Variabel *Tangibel* (X_1), yaitu sebesar 0,633. Pihak manajemen Ramses Studio sebaiknya lebih memperhatikan area parkir pada Ramses Studio yaitu pengaturankeluar masuk kendaraan yang parkir dan penataan eksterior dan interior pada Ramses Studio Photography yang secara priodik diubah tatak letaknya, ruangan tunggu pada Ramses Studio saat melayani tamu dibuat nyaman mungkin, kebersihan dan kerapihan karyawan pada Ramses Studio Photography selalu terjaga. Pemberian pelayanan dari segi *Tangibel* bagi pihak manajemen sangat mungkin dilakukan sesegera mungkin, mengingat pelayanan tersebut berupa tampilan fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, Fransisca, 2007. Customer Relationship Management (CRM) dan Aplikasinya Dalam Industri Manufaktur dan Jasa. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 2 Oktober 2007, hal. 59-65
- Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2013. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga
- Herry. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan promosi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer pada PT. XYZ Palembang. Palembang: *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*.
- Kassegne Dantew, Venkat Pagidimarri, 2013 *The role of "trust" in building customer loyalty in insurance sector- A study*.
- Kofi Poku, Martin Owusu Ansah, Deborah Ivy Lamptey, 2014, *The Impact of Service Quality Delivery on Customer Loyalty in the Telecommunication Industry: A Case Study of Espresso Telecom, Ghana*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Malhotra Naresh K, 2013. *Marketing Research and Applied Orientation*. USA: Prentice Hall International.
- Sudjana. 2015. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Suwarni, Septina Dwi Mayasari, 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi Bisnis, TH. 16, NO. 1, Maret 2011*.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto, Danang, 2013. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academy Publishing Service).
- Sutisna, Sunyoto. 2013. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Umar, Husein. 2013. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widiyanto, Ibnu. 2018. *Metodologi Penelitian*. Semarang: Badan Penerbit Undip.