

## RINGKASAN

**Angga Septafana. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Herbal Olahan Jamur Dewa (*Agaricus Blazei Murrill*) (Studi Kasus di CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa Kecamatan Lawang Kabupaten Malang). Di bawah bimbingan Ir. Heru Santoso HS, SU. dan Ir. Nida Mulyawaty M., MSi.**

---

Penggunaan tanaman obat sebagai bahan baku obat herbal semakin diminati oleh masyarakat. Hal tersebut menyebabkan persentase penggunaan obat herbal berbahan baku tanaman obat cukup besar. Meningkatnya penggunaan obat herbal berbahan baku tanaman obat mengakibatkan terjadinya peningkatan penjualan dari obat herbal tersebut. Sehingga menyebabkan semakin bermunculannya industri sejenis yang membuat persaingan menjadi lebih ketat. Persaingan yang ketat antar industri obat herbal merupakan tantangan tersendiri yang harus dijawab oleh perusahaan-perusahaan obat herbal di Indonesia. CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa (ASIMAS) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan obat-obatan herbal dan telah memproduksi berbagai macam obat herbal berbahan baku tanaman obat. Dengan persaingan yang semakin ketat membuat CV. ASIMAS harus berusaha memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing. Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu 1) Bagaimana kualitas pelayanan dari CV. ASIMAS berdasarkan respon konsumen. 2) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari CV. ASIMAS.

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah 1) Mendiskripsikan pelayanan di CV. ASIMAS. 2) Menganalisis kualitas layanan CV. ASIMAS berdasarkan respon konsumen. 3) Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari CV. ASIMAS.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh: 1) Berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang mencakup bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dapat ditentukan kedua puluh atribut pelayanan konsumen di CV. ASIMAS. Atribut-atribut tersebut antara lain kenyamanan dan keleluasaan ruang tunggu, kebersihan ruangan dan lingkungan perusahaan, kelayakan alat-alat kantor, kerapian karyawan, tersedianya pelayanan pembelian melalui email dan telepon, ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk, kemudahan dalam transaksi pembayaran, ketepatan waktu dalam pengiriman barang, kesungguhan dalam melayani konsumen, pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen, kecepatan tanggapan pembelian melalui email dan telepon, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan memperhatikan konsumen, keterampilan dan pengetahuan karyawan, keramahan karyawan, adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal, adanya penelitian terhadap produk, kegiatan *follow up* konsumen, kegiatan *customer maintenance*. 2) Berdasarkan perbandingan pelayanan yang dirasakan dan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen dalam metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) terdapat limabelas atribut yang diharapkan oleh konsumen mempunyai kinerja yang baik di CV. ASIMAS. Karena ke limabelas atribut tersebut dapat mempengaruhi kepuasan dari konsumen obat herbal olahan jamur dewa. Namun dari kelimabelas atribut yang diharapkan oleh konsumen hanya terdapat sembilan atribut yang

kinerjanya telah sesuai dengan harapan konsumen (Kuadran II), yaitu keramahan karyawan, kesungguhan dalam melayani konsumen, ketepatan karyawan dalam penyampaian informasi produk, kemudahan dalam transaksi pembayaran, ketepatan waktu dalam pengiriman barang, kelayakan alat-alat kantor, adanya sertifikasi CPOTB, ijin produk dan label halal, produk yang alami, sehat dan tanpa bahan pengawet, dan kerapian karyawan. Sedangkan terdapat enam atribut yang menurut konsumen kinerjanya tidak memenuhi harapan dari konsumen (Kuadran I), yaitu pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan memperhatikan konsumen, keterampilan dan pengetahuan karyawan, kegiatan *customer maintenance*, kegiatan *follow up* konsumen. Kemudian dengan membandingkan bahwa kinerja yang sesuai harapan konsumen lebih banyak dibanding dengan kinerja yang belum sesuai harapan konsumen maka dapat dikatakan pelayanan di CV. ASIMAS cukup baik menurut consume. 3) Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan CV. ASIMAS sebesar 76,67 persen Tingkatan tersebut berada pada rentang 66–80 persen yang berarti secara keseluruhan konsumen CV. ASIMAS merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak perusahaan.

Saran-saran yang dapat diajukan dari penelitian ini bagi pihak perusahaan dalam mengembangkan usahanya adalah: 1) Perusahaan meningkatkan kinerja dari atribut pelayanan yang cepat dan segera bagi konsumen, kecepatan tanggapan terhadap komplain, kesediaan karyawan memperhatikan konsumen, keterampilan dan pengetahuan karyawan, kegiatan *customer maintenance*, kegiatan *follow up* konsumen. Dikarenakan atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi menurut konsumen tetapi kinerja dari perusahaan dalam menjalankan atribut tersebut masih rendah. 2) Perusahaan mengubah prioritas dari atribut adanya penelitian terhadap bahan baku, dan pelayanan pembelian melalui email dan telepon. Karena kedua atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah menurut konsumen. Sehingga prioritas dari atribut tersebut bisa dialihkan pada atribut yang memiliki tingkat kinerja rendah tetapi tingkat kepentingan tinggi.

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan adanya penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan yang mempengaruhi loyalitas konsumen dari produk herbal olahan jamur dewa.

Kata kunci: Dimensi Kualitas Pelayanan, *Importance-Performance Analysis*, *Customer Satisfaction Index*.

## SUMMARY

**Angga Septafana. Analysis Service Quality Effect to Consumer of *Agaricus Blazei Murrill*'s Product (Case Studies in the CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa Lawang District Malang Regency). Supervised by Ir. Heru Santoso HS, SU. and Ir. Nida Mulyawaty M., MSi.**

---

The use of herb as raw material for herbal medicine increasingly in demand by the public. This causes the percentage of use of herbal medicines made from herb large enough. The increasing use of herbal medicines made from herbs resulted in an increase in sales of herbal medicines. Thus causing the emergence of similar industries that make the competition gets tougher. Intense competition among the herbal medicine industry is a challenge that must be answered by the herbal medicine companies in Indonesia. CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa (ASIMAS) is one company engaged in the manufacture of herbal medicines and has been producing a wide range of herbal medicines made from medicinal plants. With increasingly fierce competition, makes CV. ASIMAS should try to provide more satisfaction than the competitors do. Based on the above, it can be formulated research questions: 1) How is the quality of service of the CV. ASIMAS based on consumer response; 2) What is the level of customer satisfaction with service from CV. ASIMAS.

Based on these research questions, the objectives of this research are 1) Describe the services in CV. ASIMAS; 2) Analyze service quality CV. ASIMAS based on consumer response; 3) Knowing the level of customer satisfaction with the services of the CV. ASIMAS.

Based on the results obtained by the analysis: 1) Based on the dimensions of service quality that includes tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy can be determined twentieth customer service attributes in the CV. ASIMAS. These attributes include the comfort and freedom of the reception area, room cleanliness and environment, the feasibility of office equipment, neatness employees, providing service via email and phone purchases, employees in the delivery accuracy of product information, ease of payment transactions, timeliness in delivery of goods, sincerity in serving customers, prompt and immediate to consumers, response speed of purchase by email and phone, quick complaint response, the employee's willingness consumer attention, skills and knowledge of employees, employees hospitality, the CPOTB certifications, product licenses and Halal label, the research on the product, follow-up activities of the consumer, customer maintenance activities; 2) Based on comparison of the perceived service and expected service by consumers with Importance-Performance Analysis (IPA) are fifteen attributes expected by consumers to have good performance in the CV. ASIMAS. Due to fifteen attributes can affect the satisfaction of the consumers of *Agaricus Blazei Murrill* processed. But from the fifteenth attributes expected by consumers there are only nine attributes which the performance has been in line with expectations of consumers (Quadrant II) are, employee friendliness, sincerity in serving consumers, employees in the delivery accuracy of product information, ease of payment transactions, timeliness in delivery of goods , the feasibility of office equipment, the CPOTB certifications, product licenses and halal label, the products are natural, healthy and without

preservatives, and neatness employees. While there are six attributes according to consumer performance does not meet the expectations of consumers (Quadrant I), which is fast and immediate service to consumers, the speed of response to the complaint, the employee's willingness consumer attention, skill and knowledge of employee, customer maintenance activities, follow-up activities. Then by comparing the performance of the corresponding consumer expectations more than performance that does not meet consumer expectations, it can be said services in CV. ASIMAS pretty good according to consume; 3) Based on a Customer Satisfaction Index (CSI) can diketahui that the level of customer satisfaction CV. ASIMAS amounted to 76.67 percent. The levels were in the range 66-80 percent, which means the consumer overall CV. ASIMAS were satisfied with the services provided by the company.

The suggestions can be made from this study for the company to expand its business are: 1) improve the performance of the company attributes the rapid and immediate service to consumers, the speed of response to the complaint, the employee's willingness consumer attention, skill and employees knowledge, customer maintenance activities , follow-up activities of consumers. Because of these attributes have a high level of interest by consumers but the performance of the company in running attribute is low; 2) The company attributes the changing priorities of research on raw materials and services via email and phone purchases. Since both of these attributes have a low rate of interest according to consumers. So the priorities of the attributes can be transferred to the attributes that have low performance levels but the high level of interest. For the next researcher is expected to further research on consumer satisfaction affecting loyalty of herbal products processed *Agaricus Blazei Murrill*.

Key words: Dimensions of service quality, Importance-Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.