
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal

Aria Mulyapradana⁽¹⁾

Politeknik Pusmanu Pekalongan
ariamulyapradana@gmail.com

Ary Dwi Anjarini⁽²⁾

Politeknik Pusmanu Pekalongan
anjanierasta@gmail.com

Harnoto⁽³⁾

Politeknik Pusmanu Pekalongan
harnoto2808@gmail.com

AbstrakTujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan menggunakan metode kuantitatif. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati serta variable terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Tempo Cabang Tegal berjumlah 30 orang responden. Berdasarkan hasil uji *F* pada penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi $F_{0,001} < 0,005$ yang berarti kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji *t* dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik (0,099), keandalan (0,841), jaminan (0,258) dan empati (0,689) $>$ probabilitas 0,05 yang berarti variabel tersebut secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel daya tanggap (0,033) $<$ probabilitas 0,05 yang berarti secara parsial variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji *t* juga menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka ini berarti variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract The purpose of this study is to determine how much influence the quality of the services provided to customer satisfaction. The method used is quantitative methods. The independent variables used in this study are physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy and the dependent variable in this study is customer satisfaction. The samples used in this research are customers of PT. Tempo Tegal Branch totaling 30 respondents. Based on the results of the *F* test in this study

showed a significance value of $F 0.001 < 0.005$, which means the quality of service consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy together have a significant influence on customer satisfaction. Based on the t test it can be seen that the physical evidence variable (0.099), reliability (0.841), guarantee (0.258) and empathy (0.689) > probability 0.05 which means that the variable partially has no significant effect on customer satisfaction. While the responsiveness variable (0.033) < probability 0.05 which means that partially the variable has a significant effect on customer satisfaction. The t test results also showed that the responsiveness variable had the strongest influence compared to other variables, so this meant that the responsiveness variable had the most dominant influence on customer satisfaction at PT Tempo Tegal Branch.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Tingkat persaingan bisnis saat ini sangat ketat bahkan bisa dikatakan perusahaan berusaha secara maksimal untuk bisa bertahan di dunia bisnis. Apalagi untuk perusahaan yang bergerak di bidang distribusi baik itu distributor tunggal maupun sub distributor. Hanya ada dua kata untuk menjalankan bisnis yaitu berhasil atau gagal. Bisa dikatakan berhasil apabila di dalam perusahaan itu mengalami peningkatan keuntungan. Sebaliknya bisa dikatakan gagal apabila di dalam perusahaan itu mengalami kerugian atau berkurangnya keuntungan dari tahun sebelumnya.

Nama besar perusahaan tidak menjamin akan mudah mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan atau mitra bisnis. Para pelanggan atau mitra bisnis akan lebih memilih perusahaan-perusahaan yang komitmen dan bisa diajak kerjasama dibandingkan perusahaan yang tidak peduli dengan kritik dan saran dari pelanggan atau mitra bisnis. Pelanggan atau mitra bisnis merupakan salah satu unsur yang penting dan perlu mendapatkan perhatian dalam dunia bisnis. Dengan memahami kebutuhan konsumen dan proses pembelian adalah dasar bagi suksesnya pemasaran karena dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk mendukung penawaran yang menarik bagi pasar sasaran (Eswika & Istiatin, 2015:1)

Saat ini tingkat persaingan untuk perusahaan distribusi juga sangat ketat apalagi dengan adanya perusahaan yang menawarkan *e-commerce*. Penjualan melalui *e-commerce* memiliki kemudahan dalam mendapatkan barang yang diinginkan dan konsumen mendapatkan pelayanan yang sangat baik dari pelaku *e-commerce* tersebut. Hal tersebut menjadi tantangan terbaru yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis yakni kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen karena sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan pelanggan. Hal ini yang menjadi tantangan terbesar yang dimiliki oleh PT. Tempo Cabang Tegal yakni peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan menjaga agar pelanggan tidak meninggalkan perusahaan tersebut atau berpaling ke perusahaan kompetitor.

Berdasarkan temuan tersebut maka perlu memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar tidak menurun karena menjaga kualitas pelayanan yang prima menjadi modal yang sangat berharga bagi perusahaan dan terciptanya loyalitas pelanggan kepada perusahaan

serta kepuasan pelanggan meningkat. Oleh karena itu, tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Untuk mengetahui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan maka perusahaan harus selalu dilakukan secara berkala, artinya pada setiap periode waktu tertentu harus dilakukan penelitian atau perhitungan dan analisis terhadap kepuasan pelanggan akan pelayanan yang diberikan (Aria & Amalia, 2017:133).

Kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi hal yang menarik untuk dilakukan kajian maka peneliti tertarik untuk mengetahui “apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal?”. Pengamatan dibatasi pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Tempo Cabang Tegal.

Dalam penelitian ini indikator dari kualitas pelayanan adalah *tangibles* (tampilan), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (kepercayaan) dan *empathy* (empati). Sedangkan indikator kepuasan pelanggan antar lain kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan, tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis, tidak ada pengaduan atau komplan yang dilayangkan.

II. TELAAH PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan pelayanan prima. Kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik (Aria & Atik, 2018:16). Hakikatnya pelayanan prima (Donni, 2017:134) adalah memberikan pelayanan yang dianggap terbaik sesuai dengan standar yang ditentukan atau melebihi standar pelayanan yang ditentukan. Goetsch dan David (Donni, 2017:134) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi yang dinamis, yang berhubungan dengan jasa/ produk, manusia serta proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Untuk memenuhi atau melebihi harapan yang diinginkan diperlukan standar dalam kualitas pelayanan. Standar kualitas pelayanan merupakan pedoman bagi perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan. Menurut Donni (2017:135) standar merupakan penjelasan tentang seberapa banyak, seberapa baik, seberapa sering atau seberapa cepat sesuatu itu terjadi atau sesuatu dikerjakan atau bisa ditunjukkan dengan presentase, nomor, frekuensi atau biaya yang digunakan. Gronroos (Endin Nasrudin, 2015:80) menjelaskan bahwa pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:85) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Fitzsimmons (Zaenal Mukarom & Muhibudin, 2015:108) mengemukakan lima indikator pelayanan yaitu :

1. *Reliability* yang ditandai dengan pemberian pelayanan yang tepat dan benar.
2. *Tangibles* yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. *Responsiveness* ditandai dengan keinginan melayani konsumen dengan cepat.
4. *Assurance* yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan pelayanan.
5. *Empati* yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut M.N. Nasution (2004:104) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Yuliarini dan Riyasa (Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliaty, 2016:272) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu :

- 1) Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan
- 2) Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
- 3) Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan

Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:140-142) ada sejumlah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, diantaranya adalah :

1. Survei berkala dapat melacak kepuasan pelanggan secara langsung dan juga mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau ketersediaan responden untuk merekomendasikan suatu perusahaan dan merek kepada orang lain.
2. Perusahaan dapat mengamati tingkat kehilangan pelanggan dan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih ke pemasok lain untuk mengetahui alasannya.
3. Perusahaan dapat mempekerjakan pembelanjaan misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang dialaminya dalam membeli produk perusahaan maupun produk pesaing.

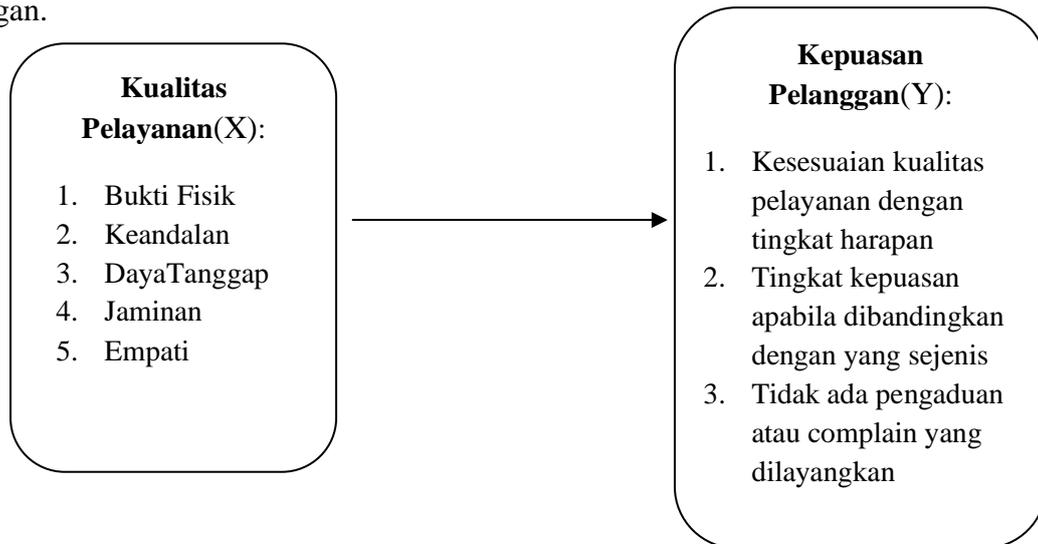
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan

konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik (Aria & Atik, 2018:16).

Kerangka Berpikir

Untuk memudahkan dalam memahami alur penelitian ini, maka dibuat kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 1 : Kerangka berpikir

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran pada gambar 1, hipotesis yang diajukan yakni kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini adalah jenis explanatori. Penelitian explanatori (*explanatory research*) merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain(Ary Dwi Anjarini, 2017:32). Penelitian ini dilakukan di PT. Tempo Cabang Tegal dan penelitian ini menggunakan seluruh populasi yang ada atau yang biasa disebut sensus yakni sebanyak 30 responden. Data penelitian meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari objek penelitian dengan menggunakan kuesioner yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan serta kuesioner kepuasan pelanggan. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, buku-buku literatur serta laporan penelitian yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Metode Analisis Data

Hipotesis dari penelitian ini adalah adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk melihat pengaruh tersebut digunakan regresi berganda dengan bantuan program *SPSS 16.0 for windows*. Pengujian secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t, uji ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individu dalam menerangkan variabel *dependen*. Uji t ini dilakukan dengan menghitung uji t tabel yang kemudian dibandingkan dengan t hitung.

Pengujian secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel *independen* secara bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent*. Uji F ini dilakukan dengan menghitung besarnya F tabel yang kemudian dibandingkan dengan F Hitung.

IV. Hasil Analisis Data

a. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, ada beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga menghasilkan *output* atau hasil yang dapat dipertanggungjawabkan. Uji asumsi pada regresi sering dikenal dengan nama uji asumsi klasik atau uji asumsi dasar. Uji asumsi klasik meliputi :

1) Uji Validitas

Tabel 1 : Hasil dari Uji Validitas

		Correlations					
		BUKTI LANGSUNG	KEANDALAN	DAYA TANGGAP	JAMINAN	EMPATI	KEPUASAN PELANGGAN
BUKTI LANGSUNG	Pearson Correlation	1	.468**	.391*	.376*	.050	.543**
	Sig. (2-tailed)		.009	.033	.041	.795	.002
	N	30	30	30	30	30	30
KEANDALAN	Pearson Correlation	.468**	1	.392*	.602**	.470**	.489**
	Sig. (2-tailed)	.009		.032	.000	.009	.006
	N	30	30	30	30	30	30
DAYA TANGGAP	Pearson Correlation	.391*	.392*	1	.364*	.337	.600**
	Sig. (2-tailed)	.033	.032		.048	.069	.000
	N	30	30	30	30	30	30
JAMINAN	Pearson Correlation	.376*	.602**	.364*	1	.544**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.041	.000	.048		.002	.003
	N	30	30	30	30	30	30
EMPATI	Pearson Correlation	.050	.470**	.337	.544**	1	.350
	Sig. (2-tailed)	.795	.009	.069	.002		.058
	N	30	30	30	30	30	30
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	.543**	.489**	.600**	.529**	.350	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.006	.000	.003	.058	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Dari tabel di atas (pojok kanan) dapat dilihat bahwa r hitung dari Bukti langsung sebesar (0,543), Keandalan (0,489), Daya Tanggap (0,600), Jaminan (0,529), dan Empati (0,350) itu lebih besar dari r tabel (0,3) itu berarti bahwa data ini valid dan artinya dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 2 : Hasil dari Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	5

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa angka *Cronbach's Alpha* sebesar 0,750 itu berarti bahwa hasil dari perhitungan SPSS lebih besar dari 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan dapat dikatakan reliabel atau handal.

3) Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov*

Tabel 3: Hasil dari Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62908644
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.480
Asymp. Sig. (2-tailed)		.976

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,976 dan itu lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov* di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

4) Uji Multikolinieritas dengan nilai VIF dan Tolerance

Tabel 4 : Hasil dari Uji Multikolinieritas nilai VIF dan Tolerance

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-9.686	6.956		-1.392	.177		
	BUKTI LANGSUNG	.336	.196	.296	1.715	.099	.642	1.557
	KEANDALAN	.067	.329	.039	.203	.841	.514	1.945
	DAYA TANGGAP	.584	.258	.364	2.260	.033	.737	1.356
	JAMINAN	.271	.234	.222	1.159	.258	.518	1.930
	EMPATI	.161	.397	.073	.405	.689	.586	1.707

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Berdasarkan tabel output “Coefficients” pada bagian “Collinearity Statistics” diketahui nilai Tolerance untuk variabel Bukti Langsung (0,642), Keandalan (0,514), Daya Tanggap (0,737), Jaminan (0,518), dan Empati (0,586) itu lebih besar dari 0,10. Sementara nilai VIF untuk variabel Bukti Langsung (1,557), Keandalan (1,945), Daya Tanggap (1,356), Jaminan (1,930), dan Empati (1,707) itu lebih kecil dari 10,00. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

5) Uji Heteroskedastisitas dengan uji Glejser

Tabel 5 : Hasil dari Uji Heteroskedastisitas Glejser

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.840	4.092		.694	.494		
	BUKTI LANGSUNG	-.068	.115	-.138	-.592	.559	.642	1.557
	KEANDALAN	.306	.194	.411	1.582	.127	.514	1.945
	DAYA TANGGAP	.106	.152	.151	.697	.492	.737	1.356
	JAMINAN	-.170	.138	-.319	-1.231	.230	.518	1.930
	EMPATI	-.249	.234	-.259	-1.065	.297	.586	1.707

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Berdasarkan tabel output “Coefficients” pada bagian “Sig.” diketahui nilai signifikansi dari Bukti Langsung (0,559), Keandalan (0,127), Daya Tanggap (0,737), Jaminan (0,230) dan Empati (0,297). Karena nilai signifikansi kelima variabel di atas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji *glejser*, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

6) Uji Autokorelasi dengan Durbin Watson

Tabel 6 : Hasil dari Uji Autokorelasi *Durbin Watson*

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.736 ^a	.542	.446	1.791	1.867

a. Predictors: (Constant), EMPATI, BUKTI LANGSUNG, DAYA TANGGAP, JAMINAN, KEANDALAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Berdasarkan tabel *output* “*Model Summary*” di atas, diketahui nilai *Durbin Watson* (d) adalah sebesar 1,867. Selanjutnya kita bandingkan dengan nilai tabel *Durbin Watson* pada signifikansi 5%. Nilai *Durbin Watson* (d) sebesar 1,867 lebih besar dari atas (dU) yakni 1,832 dan kurang dari (4-dU) $4-1,832=2,168$. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *Durbin Watson* di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi. Dengan demikian maka analisis regresi linear berganda untuk uji hipotesis penelitian ini dapat dilakukan atau dilanjutkan.

b. Hasil Analisis Regresi linear Berganda

1) Uji t Parsial

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

- a) H1 atau hipotesis pertama : ada pengaruh Bukti Langsung (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- b) H2 atau hipotesis kedua : ada pengaruh Keandalan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- c) H3 atau hipotesis ketiga : ada pengaruh Daya Tanggap (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- d) H4 atau hipotesis keempat : ada pengaruh Jaminan (X_4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- e) H5 atau hipotesis kelima : ada pengaruh Empati (X_5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 7 : Hasil dari Uji t Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9.886	6.956		-1.392	.177
	BUKTI LANGSUNG	.336	.196	.296	1.715	.099
	KEANDALAN	.067	.329	.039	.203	.841
	DAYA TANGGAP	.584	.258	.364	2.260	.033
	JAMINAN	.271	.234	.222	1.159	.258
	EMPATI	.161	.397	.073	.405	.689

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Berdasarkan tabel *output* SPSS “*Coefficient*” di atas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

- a) Nilai Signifikansi (*Sig*) variabel Bukti Langsung (X_1) adalah sebesar 0,099. Karena nilai *Sig.* $0,099 >$ probabilitas 0,05 maka disimpulkan bahwa H1 ditolak.

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari Bukti Langsung (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

- b) Nilai Signifikansi (*Sig*) variabel Keandalan (X_2) adalah sebesar 0,841. Karena nilai *Sig.* 0,841 > probabilitas 0,05 maka disimpulkan bahwa H2 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari Keandalan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- c) Nilai Signifikansi (*Sig.*) variabel Daya Tanggap (X_3) adalah sebesar 0,033. Karena nilai *Sig.* 0,033 < probabilitas 0,05 maka disimpulkan bahwa H3 diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan dari Daya Tanggap (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- d) Nilai Signifikansi (*Sig*) variabel Jaminan (X_4) adalah sebesar 0,258. Karena nilai *Sig.* 0,258 > probabilitas 0,05 maka disimpulkan bahwa H4 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari Jaminan (X_4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- e) Nilai Signifikansi (*Sig*) variabel Empati (X_5) adalah sebesar 0,689. Karena nilai *Sig.* 0,689 > probabilitas 0,05 maka disimpulkan bahwa H5 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari Empati (X_5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2) Uji F Simultan

Adapun hipotesis (dugaan) yang diajukan dalam uji F ini adalah “ada pengaruh dari Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) secara simultan atau bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)”.

Ada dua cara yang bisa digunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dalam uji F. Pertama membandingkan nilai signifikansi (*Sig.*) pada hasil *output* Anova dan yang kedua membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Tabel 8 : Hasil dari Uji F Simultan :

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.903	5	18.181	5.669	.001 ^a
	Residual	76.964	24	3.207		
	Total	167.867	29			

a. Predictors: (Constant), EMPATI, BUKTI LANGSUNG, DAYA TANGGAP, JAMINAN, KEANDALAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Berdasarkan tabel *output* SPSS di atas, diketahui nilai signifikansi (*Sig.*) adalah sebesar 0,001. Karena nilai *sig.* 0,001 < 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3),

Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3) Makna Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 9 : Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.542	.446	1.791

a. Predictors: (Constant), EMPATI, BUKTI LANGSUNG, DAYA TANGGAP, JAMINAN, KEANDALAN

Sumber : Data Olahan SPSS v.16.0, 2019

Berdasarkan tabel *output* SPSS “*Model Summary*” di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,542. Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,542 atau sama dengan 54,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Bukti Langsung (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan Empati (X_5) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 54,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 54,2\% = 45,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan pembahasan yang sudah di bahas penulis mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan membuktikan adanya pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT Tempo Cabang Tegal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,01 ($p < 0,05$). Hasil analisis ini juga menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) yang ditunjukkan dari nilai *R Square* yaitu sebesar 0,542. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 54,2% sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.
2. Secara parsial variabel-variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Bukti Fisik (X_1), Keandalan (X_2), Jaminan (X_4), dan Empati (X_5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hanya variabel Daya Tanggap (X_3) yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Variabel Daya Tanggap (X_3) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Tempo Cabang Tegal. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan koefisien regresi sebesar 0,364.

Saran

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap (X_3) merupakan variabel dominan yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT Tempo Cabang Tegal apabila dibandingkan dengan keempat variabel bebas lain, sehingga disarankan untuk lebih meningkatkan variabel Daya Tanggap misalnya PT Tempo Cabang Tegal lebih cepat dalam memberikan respon saat ada keluhan dari pelanggan serta kesigapan *salesman* dalam melayani pelanggan. Pelayanan *quick respons* yang diharapkan oleh pelanggan.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Keandalan (X_2) merupakan variabel yang memiliki koefisien regresi terendah yaitu sebesar 0,039. Hal ini menunjukkan pemahaman *salesman* terhadap produk yang ditawarkan kepada pelanggan masih terlihat belum maksimal untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan melakukan kegiatan pelatihan terkait produk yang dipasarkan.
3. Perusahaan diharapkan melakukan kegiatan evaluasi atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan secara berkala bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Anjarini, Ary. 2017. *Analisis Pengaruh Emotional Quotient, Intelligence Quotient dan Spiritual Quotient Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Guru di Sekolah Luar Biasa Negeri Batang*. STIE YPPI. Jurnal BBM (Buletin Bisnis & Manajemen), ISSN 2442-885X.
- Juni Priansa, Donni. 2017. *Manajemen Sekretaris Perkantoran*. Bandung : Penerbit Pustaka Setia.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Mukarom, Zaenal dan WijayaLaksana, Muhibudin. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung :Penerbit Pustaka Setia.
- Mulyapradana, Aria dan Rizqi, Amalia. 2017. *Upaya Peningkatan Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pada Kecamatan Pekalongan Timur*. Jurnal Widya Cipta, Universitas Bina Sarana Informatika, Vol. 1 No. 2 September 2017, p-ISSN 2550-0805 e-ISSN 2550-0791.
- Mulyapradana, Aria dan Lazulfa Indah, Atik. 2018. *Tata Kelola Administrasi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi di PT. BAM Kabupaten Tegal*. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan (Juripol), Vol. 1 Nomor Februari 2018, p-ISSN 2599-1779 e-ISSN 2599-1787.
- Nasrudin, Endin. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung : CV Pustaka Setia.

- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nilasari, Eswikadan Istiatin. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*. Universitas Islam Batik Surakarta. Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015, ISSN : 1693-0827.
- Panjaitan, Januar Efendi dan Ai Lili Yuliati. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*. DeReMa Jurnal Manajemen. Universitas Pelita Harapan. Vol. 11 No. 2, September 2016. P-ISSN 1907-0853, e-ISSN 2476-955X.
- Tjiptono, F. 2008. *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Penerbit Andi.