

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA JASA (Studi Pada PT. 33 Putra Kediri)**

**Oleh :
Hendra Kusuma
Fakultas Ekonomi Universitas Pawyatan Daha**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan secara bersama-sama dan sendiri-sendiri terhadap kepuasan pengguna jasa. Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research (penjelasan), penelitian ini dirancang untuk menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara variabel-variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa, dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel bebas, yaitu: Bukti langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan satu variabel terikat yaitu Kepuasan pengguna jasa. Jumlah responden penelitian ditetapkan sebanyak 80 responden. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari Bukti langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pengguna jasa. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Variabel Empati memiliki pengaruh yang paling besar dalam pembentukan Kualitas dengan nilai beta.

Kata kunci : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan pengguna jasa

1. PENDAHULUAN

Menurut konsep pemasaran bahwa suatu organisasi atau perusahaan harus bisa memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan atau konsumennya. Maka perusahaan harus bisa memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan atau konsumen.

Tujuan perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dengan memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan. Untuk mencapai tujuannya perusahaan memberikan pelayanan (*service*) yang baik dan berkualitas terhadap konsumen atau pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli yang di pilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan konsumen. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap perilaku konsumen sebagai pengguna jasa, biasanya seorang konsumen yang pertama menilai kepuasan konsumen. Bila konsumen sebagai pengguna jasa tersebut merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka yang di berikan oleh si pengguna jasa maka produk tersebut dikatakan berkualitas.

Pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam usaha untuk merebut pasar atau langganan. Banyaknya kompetisi seperti itu memberikan dampak positif dalam organisasi

atau perusahaan, bersaing memberikan pelayanan, teknik dan metode yang dapat menarik kegiatan bersifat jasa. Kegiatan tersebut mempunyai peranan yang sangat besar dan bersifat sangat menentukan, dimana dalam kegiatan-kegiatan jasa mereka terdapat kompetisi orang lebih banyak untuk menggunakan jasa / produk yang dihasilkan organisasi atau perusahaan. Tujuannya memberikan sosial yang lebih tinggi terhadap masyarakat seperti meningkatkan ketentraman, keamanan dan lain-lain.

Untuk menjalin hubungan yang baik dengan konsumen biasanya melalui suatu pelayanan yang sejak sebelum menjadi konsumen. Pelayanan tersebut bisa dilakukan dalam berbagai bentuk, namun tujuannya supaya konsumen merasa puas dengan pelayanan jasa yang diberikan perusahaan atau organisasi.

Perusahaan jasa mempunyai tujuan dasar yaitu memberikan pelayanan kepada masyarakat agar kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan jasa bisa optimal, harus terpadu dan terarah. Berhasil tidaknya perusahaan jasa dalam melaksanakan fungsinya tergantung dari pelayanan yang diberikan untuk para penggunanya. Berbagai sumber daya yang ada di perusahaan jasa harus lebih meningkatkan pelayanan serta mengoptimalkan kemampuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pengguna jasa.

Kegiatan pelayanan jasa di kota Kediri mengalami peningkatan yang cukup signifikan, sehingga banyak jalan yang di lebarkan, melihat potensi pengangkutan barang di kota Kediri yang meningkat pesat setiap tahunnya, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh di bidang kualitas pelayanan yang di berikan kepada pengguna jasa. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana penilaian masing masing pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan PT. 33 Putra Kediri. Para pengguna jasa akan datang kembali bila pelayanan perusahaan optimal dan sebaliknya mereka beralih ke perusahaan lain bila mereka tidak puas dengan pelayanan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauhmana pengaruh Kualitas Layanan yang terdiri dari variabel-variabel yang berupa Bukti langsung, Keandalan, DayaTanggap, Jaminan, dan Empati Terhadap Kepuasan Pengguna jasa

2. KAJIAN PUSTAKA

Jasa

Kotler (2007:42), jasa adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan satu pihak ke pada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik.

Karakteristik Jasa menurut dwand wheatly (2009:244), ada perbedaan antara jasa dan barang antara lain:

1. Pembelian jasa sangat di pengaruhi motif yang didorong olehemosi.
2. Jasa bersifat tidak berwujud, berbeda dengan barang yang bersifatberwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dan lain-lain.
3. Barang bersifat tahan lama, tetapi jasa tidak. Jasa di beli dan dikonsumsi pada waktu yang sama.
4. Barang dapat di simpan, sedangkan jasa tidak dapat disimpan.
5. Ramalan permintaan dalam marketingbarang merupakan masalah tidak demikian halnya dengan marketing jasa.
6. Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia.

Distribusinya bersifat langsung dari produsen kepada konsumen. Menurut Kotler (2012:499-500), bahwa ada 5 penentu mutu jasa. Kelimanya disajikan secara berurutan berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya:

- a. *Tangibles* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yangditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. *Emphati* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukanhubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi danmemahami kebutuhan para pelanggan.
- c. *Reliability* (keandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan, yaitu kemampuan perusahaandalam memberikan pelayanan yang disajikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- d. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dankecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah danmemberikan pelayanan dengan tanggap.
- e. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan ketrampilanpetugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

Kualitas pelayanan, Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari desain kualitas dan kualitas kesesuaian. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut: Keandalan (*reability*) yakni kemampuan orang memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; b) Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap; c) Jaminan (*Asurance*) mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan; d) Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan) dengan metodologi pendekatan kuantitatif yang dimaksudkan untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel sendiri-sendiri dalam konteks bersama-sama, karena pada penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri yang ada dalam hipotesis tersebut.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data Primer Azwar (2010:91) menjelaskan bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer dalam penelitian ini dapat diperoleh dari responden dengan menyebarkan kuesioner yang diisi oleh pengguna jasa pada PT. 33 Putra Kediri
- b. Data Sekunder Azwar (2010:91) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data yang diambil adalah;
 - Sejarah singkat PT. 33 Putra Kediri
 - Struktur dan Tugasnya

1. Analisa data

Regresi Linier

Regresi Menurut Hasan (2008), analisis linier berganda adalah dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X₁, X₂, X₃, X_n) namun masih menunjukkan diagram

hubungan yang linear. Bentuk umum persamaan regresi linear berganda dapat di tuliskan sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (nilai duga Y)

X1, X2 = variabel bebas

a, b1, b2 = koefisien regresi linear berganda

a = nilai Y, apabila X1 = X2 = 0

b1 = besarnya kenaikan atau penurunan Y dalam satuan, jika X1 naik atau turun satu satuan dan X2 konstan

b2 = besarnya kenaikan atau penurunan Y dalam satuan, jika X2-naik atau turunsatu satuan dan X1 konstan + atau -= tanda yang menunjukkanarah hubungan antara Y dan X1 atau X2.

2. Uji Hipotensis

a. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian:

#1. Fhitung = Ftabel, maka Ho diterima dan H1 ditolak artinya semua variabel independen (X) tidak berpengaruh nyata terhadap variabel dependen (Y) dan persamaan tersebut tidak dapat diterima sebagai penduga.

#2. Fhitung > Ftabel, maka Ho ditolak dan H1 diterima artinya semua variabel independen (X) secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) dan persamaan tersebut dapat diterima sebagai penduga.

Rumus F hitung adalah sebagai berikut (Makridakis, 2011).

$$F_{hitung} = \frac{MS_{yang\ dapat\ diterangkan}}{MS_{yang\ tidak\ dapat\ diterapkan}} \text{ dengan } (k, N - k - 1) \text{ df}$$

$$= \frac{\sum (\hat{Y} - \hat{Y})^2 / (k)}{\sum (\hat{Y} - \hat{Y})^2 / (N - k - 1)}$$

b. Uji T

Menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependennya

Formulasi hipotesis

a. $H_0: \beta_i = 0$

b. H_0 : paling tidak ada satu $\beta_i \neq 0$

Kriteria pengujian:

a. $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen bukan merupakan penjelas variabel dependen.

b. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen merupakan penjelas variabel dependen.

Rumus t_{hitung} adalah sebagai berikut (Makridakis, 2011).

Keterangan:

b_j = koefisien ke- j yang ditaksir

β_i = parameter ke- j yang dihipotesiskan

$se(b_j)$ = kesalahan standar b_j

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Validitas dan Uji Reabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas instrument merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, karena instrument yang valid merupakan syarat diperolehnya hasil penelitian (data) yang valid, atau suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen.

Suatu skala atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Untuk mengetahui ketetapan ini diperlukan teknik Uji Validitas. Instrumen Uji validitas yang dipakai terdiri dari variabel independen (bebas),

yaitu variabel keandalan (X1), variabel dayatanggap (X2), variabel jaminan (X3), dan variabel empati (X4), sedangkan variabel dependen (terikat) yaitu variabel tingkat kepuasan (Y).

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi Bivariate Pearson (Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skortotal adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Hasil perhitungan yang lengkap dari masing-masing variabel tersebut secara rinci adalah sebagai berikut:

Uji Variabel X_1
(Keandalan) Validitas

No	Pertanyaan	Koefisien korelasi	Probabilitas	Tingkat kevalidan
1	X1.1	0,920	0,000	Valid
	X1.2	0,867	0,000	Valid
	X1.3	0,912	0,000	Valid

Berdasarkan hasil analisa validitas dengan menggunakan SPSS 24-di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari item X1.1 sampai dengan X1.3 jauh dibawah nilai alpha 5% dan 1%. Hal itu menunjukkan bahwa item angket tersebut benar-benar valid untuk mendukung variabel keandalan (X_i) baik pada nilai alpha 5% maupun 1%.

Uji validitas Variabel X_2
(Daya tanggap)

No	Pertanyaan	Koefisien korelasi	Probabilitas	Tingkat kevalidan
2	X2.1	0,837	0,000	Valid
	X2.2	0,904	0,000	Valid
	X2.3	0,813	0,000	Valid

Sedangkan untuk variabel daya danggap di ketahui bahwa nilai probabilitas dari X2.1 sampai dengan X2.3 berada jauh dari nilai alpha 5% dan 1%. Menunjukan bahwa masing-masing tersebut terbukti valid.

Uji validitas variabel X₃

Jaminan

No	Pertanyaan	Koefisien korelasi	Probabilitas	Tingkat kevalidan
3	X3.1	0,928	0,000	Valid
	X3.2	0,912	0,000	Valid
	X3.3	0,880	0,000	Valid

Nilai probabilitas dari item X3.1, sampai dengan X3.3 berada jauh di bawah nilai alpha 5% dan 1%. Itu menunjukkan kevalidan item untuk mendukung variabel jaminan (X3) baik pada nilai alpha 5% maupun 1%.

Uji Validitas Variabel (X₄)

Empati

No	Pertanyaan	Koefisien korelasi	Probabilitas	Tingkat kevalidan
4	X4.1	0,904	0,000	Valid
	X4.2	0,922	0,000	Valid
	X4.3	0,875	0,000	Valid

Nilai probabilitas dari item X4.1 sampai dengan X4.3 berada jauh dari nilai alpha 5% dan 1%. Hal itu menunjukkan bahwa setiap angket terbukti benar-benar valid mendukung variabel empati (X4) baik pada nilai alpha 5% maupun 1%.

Uji validitas variabel bukti langsung (X5)

No	Pertanyaan	Koefisien korelasi	Probabilitas	Tingkat kevalidan
5	X5.1	0,846	0,000	Valid
	X5.2	0,897	0,000	Valid
	X5.3	0,876	0,000	Valid

Nilai probabilitas dari item X5.1 sampai dengan X5.3 berada jauh dari nilai alpha 5% dan 1%. Hal itu menunjukkan bahwa setiap angket terbukti benar-benar valid mendukung variabel bukti langsung (X5) baik pada nilai alpha 5% maupun 1%.

Uji Validitas variabel Y

Tingkat kepuasan konsumen

No	Pertanyaan	Koefisien korelasi	Probabilitas	Tingkat kevalidan
1	Y1	0,957	0,000	Valid
2	Y2	0,889	0,000	Valid
3	Y3	0,955	0,000	Valid

Untuk nilai probabilitas dari item Y1 sampai dengan Y3 juga jauh di bawah nilai alpha 5% dan 1%. Itu menunjukkan bahwa setiap item angket tersebut terbukti valid mendukung variable Tingkat kepuasan pengguna jasa (Y) pada nilai alpha 5% maupun 1%.

Sehingga bisa disimpulkan bahwa seluruh item pendukung variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati maupun tingkatkepuasan konsumen yaitu valid.

2. Uji Reabilitas Instrument penelitian

Sebagai pokok kedua dari pengumpulan data adalah reliabilitas. Uji tingkat reliabilitas di maksudkan untuk melihat tingkat kepercayaan instrumen atau tingkat keadaan keandalan instrumen sebagai alat ukur dalam penelitian.

Menurut Sugiyono (2007), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Dari tiga definisi di atas jelas bahwa reliabilitas instrument terkait dengan bebas dari bias (error free) dan konsistensi instrument. Keandalan adalah sejauh mana percobaan, pengujian, atau prosedur pengukuran menghasilkan hasil yang sama pada uji coba diulang. Tanpa kesepakatan pengamat independen mampu mereplikasi prosedur penelitian, atau kemampuan untuk menggunakan alat-alat penelitian dan prosedur yang menghasilkan pengukuran yang konsisten, para peneliti akan mampu untuk memuaskan menarik kesimpulan, merumuskan teori, atau membuat klaim tentang generalisasi penelitian mereka.

Reliabilitas data

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat kevalidan
1	X1	0,962	Reliabel
2	X2	0,929	Reliabel
3	X3	0,962	Reliabel
4	X4	0,961	Reliabel
5	X5	0,953	Reliabel
	Y	0,968	Reliabel

Dari hasil perhitungan SPSS 24 Untuk variabel X2, X3, X4, Y reliabel.

A. Analisa korelasi dan regresi

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Kemudian dilakukan pengujian, interpretasi dan pembahasan hasil penelitian.

Penelitian ini menggunakan analisis product moment untuk mencari hubungan dan analisis regresi untuk mengetahui pengaruh tersebut.

1. Analisa korelasi

Analisa korelasi merupakan derajat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan koefisien korelasi. Hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dapat bersifat:

- a. Positif berarti jika variabel bebas (X) naik, maka variabel terikat (Y) juga naik.
- b. Negatif artinya jika variabel bebas (X) turun, maka variabel terikat (Y) juga turun.

Derajat biasanya di simbolkan dengan r , yang disebut koefisien korelasi sampel yang merupakan penduga bagi koefisien populasi. Sedangkan r disebut koefisien determinasi. Kekuatan korelasi linier antara variabel X dan variabel Y di sajikan dengan r_{xy} dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Formula tersebut disebut formula koefisien korelasi momen produk (product moment) *karl pearson*.

Besar nilai	interpretasi
Antara 0,8 sampai dengan 1,0	Tinggi
Antara 0,6 sampai dengan 0,8	Cukup
Antara 0,4 sampai dengan 0,6	Agak rendah
Antara 0,2 sampai dengan 0,4	Rendah
Antara 0,0 sampai dengan 0,2	Sangat rendah (tidak berkorelasi)

Uji kolerasi

No	Pertanyaan	Koefisien korelasi	Probabilitas	Tingkat signifikan
1	X1	0,958	0,000	Signifikan
2	X2	0,963	0,000	Signifikan
3	X3	0,959	0,000	Signifikan
4	X4	0,944	0,000	Signifikan
5	X5	0,951	0,000	Signifikan

c. Perumusan hipotesis

H_1 : terdapat hubungan yang nyata antara variabel keandalan(X1) dan variabel tingkat kepuasan konsumen (Y)

d. Dasar pengambilan keputusan

e. Dengan membandingkan t_{hitung} dengan tabel

$r_{hitung} > r_{tabel}$: keputusan menolak H_0 dan menerima H_1 ,

$r_{hitung} < r_{tabel}$: keputusan menerima H_0

Hasil:

$$r_{hitung} X1 = 0,958 > 1 (42,0.05) = 0,304$$

Keputusan menolak H_0 dan menerima H_1

Dengan melihat angka probabilitas:

Probabilitas > 0,005 H_0 diterima

Koefisien determinasi adalah statistik yang diperlukan untuk mengetahui adakah hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan.

Koefisien determinasi

Variabel	R^2
Keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung	0,952

Berdasarkan tabel diatas nilai R square 0,952 hal ini berarti koefisien determinasi antara variabel bebasnya yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen adalah 0,952. Besarnya pengaruh kelima variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh model

regresi adalah 95,2%, sedangkan 4,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

2. Analisis regresi

Analisis regresi adalah alat yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya.

a. 1) untuk pengaruh variabel X terhadap Y secara persial adalah

- X1 (keandalan) berpengaruh terhadap Y = 2,49
- X2 (daya tanggap) berpengaruh terhadap Y = 2,26
- X3 (jaminan) berpengaruh terhadap Y = 0,34
- X4 (empati) berpengaruh terhadap Y = -0,39
- X5 (bukti langsung) berpengaruh terhadap Y = 1,64

Maka secara persial adalah Variabel keandalan 2,49

2) Untuk pengaruh variabel X terhadap Y secara simultan adalah 0,952.

Persamaan regresi yang diperoleh tidak terlalu baik untuk mengestimasi nilai variabel terika. Ada tiga hal untuk mengetahui yaitu koefisien regresi (uji persial) persentase pengaruh semua variabel bebas bersama-sama terhadap nilai variabel terikatnya dan pengaruh variabel independen di dalam model terhadap nilai variable dependen uji silmutan). Untuk mengetahui variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pengujian menggunakan uji distribusi F. Yaitu dengan membandingkan dengan nilai kritisF (F_{tabel}) dengan nilai F_{hitung} (F_{ratio}) yang terdapat pada tabel Analys ofvariance dari hasil perhitungan.

Pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap perubahan nilai dependen dilakukan melalui pengujian terhadap besar perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variable independen.

Tabel:

Model	Jumlah kuadrat	Db	Kuadrat tengah	F_{hitung}	sig
Regresi	234.305	5	46,861	142,789	0.000
Galat	11.815	36	0,328		
Total	246,119	41			

Langkah-langkah analisis dalam pengujian hipotesis terhadap variansi nilai kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh variasi nilaiberikut:

1. Perumusan hipotesis

Terdapat hubungan yang nyata antara variabel keandalan X1 dengan variabel tingkat kepuasan konsumen (y). Variasi perubahan nilai variabel bebas dapat menjelaskan variasi perubahan nilai variabel terikat

2. Nilai kritis dalam distribusi F dengan tingkat signifikan (α) 5% dan (DF) adalah $F(8,36,0.05) = 2,45$ **3. Nilai F hitung = 142,789****4. Keputusan**

$$F_{hitung} = 142,789 > F(8,36,0.05)$$

Menerima H_1 dan menolak H_0

Sehingga dapat disimpulkan variabel X1, X2, X3, X4, X5 berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y)

untuk memastikan apakah variabel yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependen (uji parsial)

Model	B	Db	F_{hitung}	sig
Konstanta	-1,051			
X1	0,338	358	2,487	0,018
X2	0,455	376	2,256	0,030
X3	0,071	070	0,344	0,733
X4	0,062	061	-0,389	0,700
X5	0,290	249	1,640	0,110

5. KESIMPULAN

Berikut adalah hasil dari analisis yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yang akan menjelaskan hubungan antar variabel baik secara bersama-sama maupun secara sendiri sendiri:

- Hasil dari uji F adalah sebagai berikut: besarnya nilai R^2 Adjusted (koefisien korelasi berganda yang telah disesuaikan) yaitu sebesar 0,489 dan nilai signifikan (p) = 0,000. Nilai p dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai lebih kecil dari 0,05. Hasil dari kedua perbandingan tersebut dapat memberikan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh

secara bersama-sama antar variabel bebas X (Bukti langsung, Keandalan, daya Tanggap, Jaminan dan Empati) terhadap variabel terikat Y (Kepuasan pengguna jasa PT. 33 Putra Kediri).

2. Hasil dari uji t terhadap variabel-variabel bebas adalah sebagai berikut:

- a. Terdapat satu variabel bebas (X) yang memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan terhadap Variabel Kepuasan pengguna jasa (Y), yaitu Variabel Bukti langsung, (X1).
- b. Terdapat satu variabel bebas (X) yang memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Variabel Kepuasan pengguna jasa (Y), yaitu Variabel Keandalan (X2), DayaTanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati(X5). Selain untuk mengetahui hubungan antara variabel secara sendiri-sendiri, hasil dari uji t juga menunjukkan variabel bebas yang memiliki pengaruh dominan, yaitu variabel yang memiliki nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar, yaitu Variabel Empati (X5). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Empati memiliki pengaruh yang dominan dalam pembentukan Kepuasan pengguna jasa.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak pengguna jasa maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Bagi pihak pengguna jasa hendaknya dapat memperhatikan faktor-faktor Bukti langsung. Hal ini dikarenakan faktor tersebut belum dapat dioptimalkan oleh pt 33 putra kediri dalam membentuk kepuasan pengguna jasa Mendapatkan kepuasan. Seperti meningkatkan kebersihan kantor, mengganti peralatan yang rusak dengan peralatan dengan kualitas yang terbaik dan modern.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh secara sendiri-sendiri dengan hasil yang bervariasi terhadap Kepuasan bukti langsung, maka diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, S., W. 1996, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berfikir Strategik*, Bhinarupa Aksara, Jakarta.
- Astutik W.S. dan Pambudi, M.A.Y. 2019. Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Hard Skill, Soft Skill dan Pengalaman Kerja Pada PT. Erajaya (Erafone) di Malang Tahun 2019. *Media Bina Ilmiah*, 14(4), 2399-2406 :12
- Astutik, Wahyuni. 2019. Pelaksanaan Promosi Guna Meningkatkan Volume Penjualan. *Istithmar*, 3(1)
- Astutik, Wahyuni. 2019. Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan (Studi pada perusahaan Unilever Tbk th 2015-2019). *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2085-2094
- Astutik, Wahyuni. 2020. Masalah Agensi Pada Perusahaan Konsumsi Yang Telah Go Publik Di Bei Tahun 2009 Sampai Tahun 2013. *Media Bina Ilmiah*, 14 (6), 2799-2806
- Astutik, Wahyuni. 2020. Penguatan Investor Muda Di Pasar Modal. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14 (10), 3297-3206
- Astutik, Wahyuni. 2021. Pengaruh Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2014. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 6(1), 1682-1690
- Astutik. W.S., Dzulkriom, S.M., Handayani, S.R. 2018. The Reciprocal Influence of the Capital Structure with the Corporate Value (Study on listed Consumption companies in Indonesia Stock Exchange 2009-2013). *Research Journal of Finance and Accounting* , 9(2)
- Badan Pengembangan Industri Kecil, 1994. *Program Lima Tahun Pengembangan Industri Kecil dan Menengah pada PELITA VI*
- Dina N, Nio SR. (2019). *Kontribusi Adversity Quotient Terhadap Stres Kerja Pada Driver PT. Gojek Indonesia*. *Jurnal Riset Psikologi*. (3), 2019. Sitasi : 6
- Dina N. (2019). *Kontribusi Adversity quotient terhadap Stres Kerja Pada Driver Gojek Indonesia di Kota Bukittinggi*, Universitas Negeri Padang.
- Drucker. Peter F., 1992, *Managing for the Future*, Truman Talley Books, New York.
- Emawati. E, 1994, *Subkontrak dan implikasinya Terhadap Pekerja Perempuan*, Erlangga, Jakarta
- Hetifah, 1997, *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil*, Akatya Bandung
- Kotler, P. 1994, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*,
- Kuncoro, M, 1997, *Ekonomi Pembangunan*, AMP YKPN, Yogyakarta.
- Kusuma, Hendra Dan Asmoro, Wiwiek Kusumaning. (2020). *Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 2
- Kusuma, Hendra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa: Studi Pada Pt. 33 Putra Kediri. *Jumba (Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi)*. Vol 1 No 1
- Kusuma, Hendra. (2022). *Prosedur Pelayanan Produk Tabungan Pada Pt. Bpr Insumo Sumber Arto*. *Jumba (Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi)*. Vol 1 No 2 35-46
- La Rue T. Hosmer, 1992, *Strategik Management*, Prentice Hall, New York
- Latief A, 1994, *Sapta Karyatama, PELITA VI DEPNAKER, Kebijakan Utama, DEPNAKER*, Jakarta.
- Liedholm, C & D, Mead, 1998, "Small-Scale Enterprises: A Profil "in Economic Impact", vol 63 hal 12 - 17.
- Murbyarto, 1986, *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta.
- Restanti, Yani Dwi Dan Setyeno, Herry. (2021). Pengaruh Stock Split Terhadap Respon Investor. *Cahaya Aktiva*. Jilid 11 Terbitan 1. 25-40

- Restanti, Yani Dwi.(2021).Moneter Dan Perbankan Konvensional & Syariah. Media Nusa Creative (Mnc Publishing)
- Restanti, Yani Dwi.(2021).Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Product Convenience Goods Pada Masa Pandemi Covid '19: Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Product Convenience Goods Pada Masa Pandemi Covid '19. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi. Vol 6 No 1. 1541-1552
- Saleh, Irsan, 2000, Industri Kecil sebuah Tinjauan dan Perbandingan, LP3ES, Jakarta.
- Suwarsono, 1994, Manajemen Strategik, Pengantar Proses Berfikir Strategik, Bina
- Setiawan, S.H., dan Zulkieflimansyah, 1996, Manajemen Strategi: sebuah Konsep Pengantar, FE UI, Jakarta.
- Umar, Husein, 1999, Riset Strategi Perusahaan, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta