

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Studio Photo Damar Blimbing Paciran Lamongan

Yulie Wahyuningsih<sup>1\*</sup>, Sulistiani<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Paciran Lamongan, 62291, Jawa Timur, Indonesia.

<sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Paciran Lamongan, 62291, Jawa Timur, Indonesia.

---

### Abstract

**Pendahuluan:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Studio Photo Damar Blimbing Paciran Lamongan. **Metode:** Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. **Hasil:** Hasil Penelitian yang didapat dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung adalah sebesar 10.192 sedangkan nilai F tabelnya adalah sebesar 3.09 ( $df_1 = 3-1 = 2$  dan  $df_2 = 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai Fhitung > Ftabel ( $10.192 > 3.09$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis keenam diterima. Artinya keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

### Article Info

#### Affiliation:

Program Studi Manajemen,  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Muhammadiyah Paciran,  
Lamongan, Jawa Timur,  
Indonesia.

\*Correspondence:

E-mail address:

[yuliew19@gmail.com](mailto:yuliew19@gmail.com),

#### Article History:

**Received:** 15 Januari 2017

**Accepted:** 20 Agustus 2017

## **1. Pendahuluan**

Pada era globalisasi, Produk dan jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan terhadap konsumen secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia.

Studio Photo Damar adalah sebuah usaha menengah yang bergerak dibidang jasa baik itu jasa photo wedding, photo pra wedding, pembuatan banner, kartu nama dan lain sebagainya. Toko ini merupakan salah satu usaha yang ada di Blimbing Paciran yang melayani kebutuhan akan suatu barang dan jasa oleh konsumen. Dari pengamatan yang ada, toko ini hampir tidak pernah sunyi. Akan tetapi ada sedikit ketidakpuasan terhadap kualitas di Damar Studio Photo ini. Permasalahan yang ditemukan diusaha ini adalah kemungkinan adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang sedikit lama pengerjaannya.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1 Definisi Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba.

### **2.2 Definisi Layanan**

Menurut Supranto (2001), menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan dapat berpartisipasi aktif dalam proses penggunaan layanan.

#### **2.2.1 Faktor-Faktor yang Menentukan Kualitas Pelayanan**

- a. Keandalan
- b. Daya tanggap
- c. Jaminan
- d. Bukti fisik
- e. Empati

## **3. Metode Penelitian**

### **3.1 Jenis dan Gambaran Obyek Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut (sugiyono, 2005).

Menurut Sugiyono (2010) dalam bukunya mengemukakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dari pengertian tersebut maka populasi yang saya ambil disini adalah seluruh konsumen Damar Photo Blimbing Paciran Lamongan.

### **3.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini digunakan 100 responden sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan yang dianggap bahwa dengan cara demikian dapat memperoleh informasi yang benar dan mencerminkan populasinya (Sigit, 1999).

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun beberapa teknik yang akan penulis gunakan dalam mengumpulkan data disini yaitu teknik wawancara dan kuesioner.

### **3.4 Pengujian Instrumen Penelitian**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas adalah prosedur pengujian untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur berupa kuesioner dalam melakukan fungsi ukuran. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus teknik korelasi product moment.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan suatu cara untuk melihat apakah alat ukur yang berupa kuesioner yang digunakan konsisten atau tidak. Apabila suatu alat pengukur dipakai dua kali atau lebih dan hasil pengukuran yang diperoleh konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Setelah data penelitian dikumpulkan oleh peneliti, langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah bagaimana menganalisis data yang telah diperoleh. Adapun teknik analisis yang digunakan yaitu:

1. Analisis regresi linear berganda
2. Uji T
3. Uji F

## **4. Analisis Dan Pembahasan**

### **4.1 Sejarah dan Profil Perusahaan**

Studio Photo Damar berlokasi di Jl. Niaga Nomor: 59 Blimbing-Paciran Kab.Lamongan. Studio Photo Damar berdiri pada tanggal 05-04-2003. Pada awalnya Studio ini berdiri karena hobi

sang pemilik yaitu MISBAKHUSSOBIR yang suka sekali dengan fotografer, dia merintis studio dengan mengikuti pameran-pameran dan berkeliling itu pada tahun 2001.

Pada awal 2003 dia memberanikan diri menyewa tempat untuk Studio photo dan mengambil karyawan untuk membantunya. Mula-mula Studio Photo Damar hanya melayani untuk pemotretan, lambat laun akan banyaknya minat konsumen untuk datang ke Studio Photo Damar pemilik berinisiatif untuk menambah karyawan dan menambahkan jualannya antara lain: Pemotretan, Pencetakan Photo, Kartu Nama, Kartu Undangan, Dan Bander. Hingga saat ini StudioPhoto Damar tidak sepi akan pengunjung, apalagi diwaktu-waktu tertentu seperti perayaan HUT banyak sekali konsumen yang ingin mengabadikan momen mereka saat HUT di Studio Photo Damar. Kini Studio Photo ini sudah memiliki tiga karyawan dan banyak pelanggan, omset kira-kira Rp.7000.000.00,-/bulan begitu banyaknya konsumen memilih studio ini menjadikan studio ini sangat dikenal diwilayah itu.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Pengumpulan Data**

Populasi seluruh Konsumen pada Studio Photo Damar yang berlokasi di Blimbing Paciran Lamongan Jawa Timur. Sampel yang peneliti gunakan yakni sebanyak 100 konsumen dari anggota populasi yang ada pada Studio Photo Damar. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden dengan dibantu oleh karyawan Studio Photo Damar yang secara langsung mendampingi peneliti untuk menyampaikan kuesioner tersebut sehingga kuesioner bisa diberikan secara tepat. Penyebaran kuesioner dimulai pada kunjungan penelitian ke dua bulan Agustus 2017 dan setelah kurang lebih satu minggu 100 kuesioner yang disebar dikembalikan oleh karyawan Damar.

### **4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

Hasil uji analisis deskriptif akan diuraikan pada bagian ini. Variabel independen yaitu Kehandalan ( $X_1$ ) yang terdiri dari 3 item pertanyaan, Daya Tanggap ( $X_2$ ) yang terdiri dari 3 item pertanyaan, Jaminan ( $X_3$ ) yang terdiri dari 3 item pertanyaan, Bukti Langsung ( $X_4$ ) yang terdiri dari 4 item pertanyaan, dan Empati ( $X_5$ ) yang terdiri 3 item pertanya. Sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) dengan 3 item pertanyaan.

## **4.3 Analisis Data dan Pengujian Instrumen Penelitian**

### **Hasil Uji Validitas Data**

Setelah dilakukan pengujian validitas data pada variabel Kehandalan semua item pertanyaan dinyatakan valid, Pada variabel Daya Tanggap item-item pertanyaan pun dinyatakan valid semua, Jaminan item-item pertanyaan pun dinyatakan valid semua, Bukti Langsung item-item pertanyaan pun dinyatakan valid semua, Empati item-item pertanyaan pun dinyatakan valid

semua Dan pada variabel Kepuasan Pelanggan item-item pertanyaan juga dinyatakan valid semua. Sehingga semua item pertanyaan tersebut bisa kita gunakan dalam pengujian tahap selanjutnya.

**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas X<sub>1</sub> (Kehandalan)**

No Item soal	Correct Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0. 852	0.195	Valid
2	0. 823	0.195	Valid
3	0. 816	0.195	Valid

Sumber: data primer yang diolah

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas X<sub>2</sub> (Daya Tanggap)**

No Item soal	Correct Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0. 887	0.195	Valid
2	0. 881	0.195	Valid
3	0. 908	0.195	Valid

Sumber: data primer yang diolah

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas X<sub>3</sub> (Jaminan)**

No Item soal	Correct Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0. 895	0.195	Valid
2	0. 881	0.195	Valid
3	0. 861	0.195	Valid

Sumber: data primer yang diolah

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas X<sub>4</sub> (Bukti Langsung)**

No Item soal	Correct Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0. 823	0.195	Valid
2	0. 885	0.195	Valid
3	0. 851	0.195	Valid

Sumber: data primer yang diolah

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas X<sub>5</sub> (Empati)**

No Item soal	Correct Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0. 516	0.195	Valid
2	0. 436	0.195	Valid
3	0. 406	0.195	Valid

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Y (Kepuasan Konsumen)**

No Item soal	Correct Item- Total Correlation	r tabel	Keterangan
1	0.828	0.195	Valid
2	0.919	0.195	Valid
3	0.868	0.195	Valid

Sumber: data primer yang diolah

### Hasil Uji Reliabilitas

Dari perhitungan data yang penulis peroleh maka hasil uji reliabilitas untuk variabel kehandalan adalah sebesar 0.838, untuk variabel daya tanggap sebesar 0.860 untuk variabel jaminan sebesar 0.855 untuk variabel bukti fisik sebesar 0.846 dan untuk variabel empati sebesar 0.718 sedangkan untuk variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0.853. dari semua variabel tersebut dapat dinyatakan reliable, sebab jumlah nilai daripada *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kehandalan	0.838	Reliabel
Daya Tanggap	0.860	Reliabel
Jaminan	0.855	Reliabel
Bukti Fisik	0.846	Reliabel
Empati	0.718	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.853	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Hipotesis

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daripada kualitas pelayanan yang mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Hipotesis 1,2 dan 3**

No	Variabel	Koefisien
1	Konstanta	2.677
2	Keandalan	0.022
3	Daya Tanggap	0.316
4	Jaminan	0.048
5	Bukti Fisik	0.147
6	Empati	0.228

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 dapat digunakan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.677 + 0.022X_1 + 0.316X_2 + 0.048X_3 + 0.147X_4 + 0.228X_5$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2.677 artinya jika keandalan ( $X_1$ ) daya tanggap ( $X_2$ ) jaminan ( $X_3$ ) bukti fisik ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ) adalah 0, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) nilainya adalah 2.677
2. Koefisien regresi variabel keandalan ( $X_1$ ) sebesar 0.022, artinya jika keandalan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.022 atau mengalami kenaikan sebesar 2.2%
3. Koefisien regresi variabel daya tanggap ( $X_2$ ) sebesar 0.316, artinya jika daya tanggap mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.316 atau mengalami kenaikan sebesar 31.6%
4. Koefisien regresi variabel jaminan ( $X_3$ ) sebesar 0.048, artinya jika jaminan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.048 atau mengalami kenaikan sebesar 4.8%
5. Koefisien regresi variabel bukti fisik ( $X_4$ ) sebesar 0.147, artinya jika jaminan mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.147 atau mengalami kenaikan sebesar 14.7%
6. Koefisien regresi variabel empati ( $X_5$ ) sebesar 0.228, artinya jika empati mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.228 atau mengalami kenaikan sebesar 22.8%

Hasil analisis korelasi ganda di dalam penelitian ini diperoleh angka R sebesar 0.690, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 <sup>a</sup>	.476	.430	1.894

a. Predictors: (Constant), x5, x2, x3, x4, x1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil analisis determinasi diperoleh angka R<sup>2</sup> (*R square*) sebesar 0.476 atau 47.6%. hal ini menunjukkan bahwa sembarang pengaruh variabel independen (keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) sebesar 47.6% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (keandalan, daya tanggap, jaminan,

bukti fisik dan empati) mampu menjelaskan 47.6% variabel dependen (kepuasan konsumen), sedangkan sisanya 52.4% dipengaruhi oleh variabel.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### Uji Parsial (Uji-t)

##### Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama didalam penelitian ini menyatakan bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis pertama dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.677	2.266		10.981	.000		
x1	.022	.113	.020	2.193	.004	.995	1.258
x2	.316	.089	.334	3.550	.001	.976	1.024
x3	.048	.098	.049	2.487	.008	.968	1.152
x4	.147	.102	.143	3.446	.001	.986	1.128
x5	.228	.130	.183	2.757	.082	.901	1.249

a. Dependent Variable: Y

Nilai t hitung untuk variabel keandalan adalah sebesar 2.193, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 (df: 100-5-1 = 94). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.004 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung > t Tabel (2.193 > 1.985) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 (0.004 < 0.05).

##### Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua didalam penelitian ini menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis kedua dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.677	2.266		10.981	.000		
x1	.022	.113	.020	2.193	.004	.995	1.258
x2	.316	.089	.334	3.550	.001	.976	1.024
x3	.048	.098	.049	2.487	.008	.968	1.152
x4	.147	.102	.143	3.446	.001	.986	1.128
x5	.228	.130	.183	2.757	.082	.901	1.249

a. Dependent Variable: Y

Nilai t hitung untuk variabel daya tanggap adalah sebesar 3.550, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 (df: 100-5-1 = 94). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.001 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung > t Tabel (3.550 > 1.985) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 (0.001 < 0.05).

### **Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hipotesis ketiga didalam penelitian ini menyatakan bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis ketiga dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.677	2.266		10.981	.000		
x1	.022	.113	.020	2.193	.004	.995	1.258
x2	.316	.089	.334	3.550	.001	.976	1.024
x3	.048	.098	.049	2.487	.008	.968	1.152

x4	.147	.102	.143	3.446	.001	.986	1.128
x5	.228	.130	.183	2.757	.082	.901	1.249

a. Dependent Variable: Y

nilai t hitung untuk variabel jaminan adalah sebesar 2.487, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 (df: 100-5-1 = 94). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.008 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung > t Tabel (2.487 > 1.985) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 (0.008 < 0.05).

### Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis keempat didalam penelitian ini menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis empat dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.677	2.266		10.981	.000		
x1	.022	.113	.020	2.193	.004	.995	1.258
x2	.316	.089	.334	3.550	.001	.976	1.024
x3	.048	.098	.049	2.487	.008	.968	1.152
x4	.147	.102	.143	3.446	.001	.986	1.128
x5	.228	.130	.183	2.757	.082	.901	1.249

a. Dependent Variable: Y

Nilai t hitung untuk variabel jaminan adalah sebesar 3.446, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 (df: 100-5-1 = 94). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.001 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung > t Tabel (3.446 > 1.985) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 (0.001 < 0.05).

### Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kelima didalam penelitian ini menyatakan bahwa empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis kelima dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.677	2.266		10.981	.000		
x1	.022	.113	.020	2.193	.004	.995	1.258
x2	.316	.089	.334	3.550	.001	.976	1.024
x3	.048	.098	.049	2.487	.008	.968	1.152
x4	.147	.102	.143	3.446	.001	.986	1.128
x5	.228	.130	.183	2.757	.082	.901	1.249

a. Dependent Variable: Y

nilai t hitung untuk variabel empati adalah sebesar 2.757, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 (df: 100-5-1 = 94). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.082 lebih besar daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung > t Tabel (2.757 > 1.985) dan nilai signifikansi lebih besar daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 (0.082 < 0.05).

### Uji Simultan (Uji F)

#### Pengaruh Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Bukti Fisik dan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis keenam didalam penelitian ini menyatakan bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis keenam dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.741	5	36.548	10.192	.000 <sup>a</sup>
	Residual	200.807	56	3.586		
	Total	383.548	61			

a. Predictors: (Constant), x5, x2, x3, x4, x1

b. Dependent Variable: Y

Nilai F hitung adalah sebesar 10.192 sedangkan nilai F tabelnya adalah sebesar 3.09 ( $df_1 = 3-1 = 2$  dan  $df_2 = 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $10.192 > 3.09$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis keenam diterima. Artinya keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada studio photo damar blimbing paciran lamongan. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwasannya:

- a. keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis pertama dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. nilai t hitung untuk variabel keandalan adalah sebesar 2.193, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 ( $df: 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.004 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung  $>$  t Tabel ( $2.193 > 1.985$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.004 < 0.05$ ). maka hipotesis pertama diterima, yang artinya bahwa keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- b. Daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis kedua dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. nilai t hitung untuk variabel daya tanggap adalah sebesar 3.550, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 ( $df: 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.001 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung  $>$  t Tabel ( $3.550 > 1.985$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.001 < 0.05$ ). maka hipotesis kedua diterima, yang artinya bahwa daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- c. Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis ketiga dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. nilai t hitung untuk variabel jaminan adalah sebesar 2.487, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 ( $df: 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.008 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung  $>$  t Tabel ( $2.487 > 1.985$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.008 < 0.05$ ). maka hipotesis ketiga diterima, yang artinya bahwa jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- d. Bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis empat dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. nilai t hitung untuk variabel jaminan adalah sebesar 3.446, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 ( $df: 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.001 lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung  $>$  t Tabel ( $3.446 > 1.985$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada

taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.001 < 0.05$ ). maka hipotesis keempat diterima, yang artinya bahwa bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

- e. Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Pengujian hipotesis kelima dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. nilai t hitung untuk variabel jaminan adalah sebesar 2.757, sedang nilai t Tabel sebesar 1.985 ( $df: 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.082 lebih besar daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai t Hitung  $>$  t Tabel ( $2.757 > 1.985$ ) dan nilai signifikansi lebih besar daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.082 < 0.05$ ). maka hipotesis kelima ditolak, yang artinya bahwa empati tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- f. Keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis keenam dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. nilai F hitung adalah sebesar 10.192 sedangkan nilai F tabelnya adalah sebesar 3.09 ( $df 1 = 3-1 = 2$  dan  $df 2 = 100-5-1 = 94$ ). Selain itu nilai signifikansinya adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05. karena nilai Fhitung  $>$  Ftabel ( $10.192 > 3.09$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis keenam diterima. Artinya keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

## 6. Implikasi Dan Keterbatasan Penelitian

Dari keterangan hasil penelitian yang telah dijelaskan peneliti diatas, maka implikasi yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bahwa untuk mendapatkan kepuasan konsumen secara maksimal, maka hendaknya perusahaan senantiasa memperhatikan lima faktor yaitu; keandalan, bukti fisik, jaminan, daya tanggap, dan empati yang sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen, karena kelima faktor tersebut saling berhubungan, dan mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. Bahwa jika adanya kelima faktor tersebut mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan maupun konsumen.

### Keterbatasan

Dari keterangan hasil penelitian yang telah dijelaskan peneliti diatas, maka keterbatasan yang ada pada penelitian ini adalah:

- a. Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Studio Photo Dhamar Blimbing Paciran Lamongan.
- b. Keterbatasan waktu, tenaga serta finansial maka periode penelitian dan jumlah sampel serta item pertanyaan dalam penelitian ini dirasa kurang maksimal sehingga hasilnya pun masih

kurang maksimal dalam meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Studio Photo Dhamar Blimbing Paciran Lamongan.

### **Daftar Pustaka**

#### **Sumber Literatur:**

- Kotler Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran Milenium*. Edisi Bahasa Indonesia, Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit PT. Prenhalindo.
- Kotler, P., Kevin, Lane, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlanga.
- Kotler, P., Gery, A. (2001). *Dasar-dasar Manajemen*. Jilid Pertama. Jakarta: PT. Indeks, Gramedia
- Moenir. (2000). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- R. Tery, George. (2003). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Schermerhorn, Jhon, R. (2003). *Manajemen*. Buku Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2005). *Statika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supranto J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineta Cipta.
- Swastha, Basu., DH. (2004). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. (2004). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Wijayanto, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- Zaithaml, V.A., M.J. Bitner. (1996). *Services Marketing*. New York: The McGraw-Hill Companse.
- Sigit, Soehardi. (1999). *Pengantar Metologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*. Edisi Pertama. Falkutas Ekonomi Universitas Sarjanawijaya Tamansiswa.

