# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA KEPUASAN KONSUMEN DI CIKKA FOTO COPY YOGYAKARTA

**SKRIPSI**

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Disusun oleh :

Nama : Hendri Hananto
Nomor Mahasiswa : 144 114 912
Jurusan : Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA**

**2017/2018**

# HAL PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA KEPUASAN

KONSUMEN DI CIKKA FOTO COPY

SKRIPSI

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Nama : Hendri Hananto

Nomor Mahasiswa : 144 114 912

Jurusan : Manajemen

Yogyakarta,

Telah di setujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Drs. H. Muhammad Mathori, M.Si

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Pernyataan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Yogyakarta, 14 Maret 2018

Hendri Hananto

# KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Konsumen di Cikka Foto Copy".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi Perusahaan Cikka Foto Copy dalam menigkatkan Kualitas Pelayanan dan memberikan ide bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak banyaknya kepada:

1. Drs Muhammad Subhan, MM Ketua STIE Widya Wiwaha Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Drs. H. Muhammad Mathori, M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Bapak dan Ibu serta saudara saudara yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai kata terakhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman skripsi dengan topik ini.

Yogyakarta 14 Maret 2018

Hendri Hananto

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... i
HALAMAN PENGESAHAN ..... ii
DAFTAR ISI ..... iii
BAB I PENDAHULUAN ..... 1
1.1. Latar Belakang Masalah ..... 1
1.2 ..... Perumusan Masalah ..... 5
1.3 ..... Pertanyaan Penelitian ..... 5
1.4 ..... Tujuan Penelitian ..... 5
1.5 ..... Manfaat Penelitian ..... 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 7
2.1 ..... Penelitian Terdahulu ..... 7
2.2 ..... Landasan Teori ..... 10
2.3 ..... Dimensi Pengukuran Service Quality ..... 11
2.4 ..... Kerangka Pemikiran ..... 13
2.5 ..... Hipotesis ..... 16

BAB III METODE PENELITIAN ..... 17
3.1 ..... Lokasi Penelitian ..... 17

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

3.2 ..... Populasi dan Sample ..... 18
3.3 ..... Jenis Data dan Sumber Data ..... 20
3.4 ..... Metode Pengumpulan Data ..... 20
3.5 ..... Variabel Penelitian ..... 21
3.6 ..... Metode Analisis Data ..... 22
3.7 ..... Analisis Regresi Berganda ..... 23
3.8 ..... Analisis Data Kualitatif ..... 26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN ..... 28
4.1 ..... Gambaran Umum Obyek Penelitian ..... 28
4.2 ..... Karakteristik Responden ..... 29
4.3 ..... Uji Validasi dan Uji Reabilitas ..... 32
4.4 ..... Uji Analisis Regresi Linier Berganda ..... 36

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN ..... 43
5.1 ..... Kesimpulan ..... 48

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

5.2 .....Saran
..... 49
5.3 .....Dafta
r Pustaka ..... 50

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi dunia semakin hari semakin berkembang. Segala kegiatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu teknologi yang banyak dimanfaatkan adalah mesin fotokopi. Sebelum ada fotokopi, pekerjaan yang banyak dilakukan untuk menggandakan suatu dokumen atau catatan hanya dapat dikerjakan secara manual. Adanya fotokopi membuat pekerjaan untuk menggandakan dokumen dapat dikerjakan dengan cepat dan mudah tanpa harus menyalin satu per satu.

Seiring dengan perkembangan zaman, mesin fotokopi juga mengalami perkembangan. Penyempurnaan mesin fotokopi terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari fotokopi hitam putih menjadi fotokopi berwarna yang menyerupai aslinya. Selain itu, mesin fotokopi saat ini dapat beroperasi dengan lebih cepat.

Kecanggihan pada mesin fotokopi ini membuat peluang usaha yang menarik. Meskipun demikian lokasi merupakan salah satu hal yang penting dalam bisnis fotokopi. Umumnya, bisnis fotokopi selalu dekat dengan perkantoran, kampus, sekolah, dan juga tempat dengan keramaian yang padat seperti jalan raya. Perguruan tinggi atau kampus merupakan pasar yang paling potensial untuk bisnis ini. Mahasiswa perguruan tinggi sangat

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

membutuhkan fotokopi, baik untuk penggandaan catatan kuliah, skripsi, maupun tugas. Oleh karena itu, bisnis fotokopi lebih berpeluang berada di area perguruan tinggi dan Perkantoran.

Cikka Foto Copy adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang fotokopi yang berada Jl. Kenari No. 61 Yogyakarta. Cikka Copy memiliki target pasar utama yaitu mahasiswa UST dan Kantor Pemerintah Kota Yogyakarta , di mana jasa fotokopi tidak dapat terlepas dan sangat dibutuhkan oleh mahasiswa dan Masyarakat umum. Bisnis fotokopi ini merupakan bisnis yang memiliki prospek yang baik ke depannya, ditambah lagi dengan jumlah mahasiswa UST dan Kantor Pemerintah Kota Yogyakarta yang semakin banyak dari tahun ke tahun sehingga peluang untuk mendapatkan pasar dan keuntungan dalam bisnis fotokopi ini semakin besar. Sedangkan keluhan dari konsumen yang menandakan terjadinya ketidakpuasan pelanggan menjadi tantangan bagi Cikka Copy untuk memperbaiki dan meningkatkan layanannya sehingga kepuasan konsumen dapat terjaga dan omset penjualan dapat tetap terus meningkat.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Kualitas pelayanan yang menjadi point utama dalam jasa foto copy ini, jika pelayanan diberikan secara maksimal tentu saja akan mempengaruhi loyalitas seorang konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan factor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Untuk menilai kualitas pelayana, para ahli pemasaran seperti Parasuraman, Zeithaml dan Berry (Tjiptono, 2001) telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*.

Untuk mengevaluasi kualitas jasa yang di harapkan melalui konsumen itu sendiri, dalam hal ini konsumen yang sedang menggunakan jasa foto copy Cikka mereka tela memiliki pengalaman mengkomsumsi jasa dan mereka juga memiliki informasi mengenai Foto Copy Cikka, karena saat ini mereka sedang melakukan jasa foto copy di Cikka. Harapan kualitas jasa di pengaruhi pula oleh kebutuhan mereka akan sarana itu, sesuai dengan pendapat (Zeithaml dkk, 1998) tentang factor yang mempengaruhi terbentuknya harapan dan kualitas jasa.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya yang di inginkan atau di harapkan oleh konsumen dan apa yang selama ini di persepsikan oleh konsumen atas kualitas yang di terimanya, yang menjadi

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

pokok pembahasan dalam mengukur kualitas pelayanan jasa yang di kemukakan oleh (Parasuraman dkk, 1985) baik buruknya kualitas jasa Foto copy Cikka akan tergantung pada kemampuan Foto Copy Cikka untuk memenuhi harapan konsumennya.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk menyusun skirpsi dengan judul **"KUALITAS JASA PELAYANAN PADA CIKKA FOTO COPY".**

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemumukan di atas, maka rumusan masalah adalah kualitas pelayanan di Cikka Foto copy masih perlu di tingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen.

## 1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat di rumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1) Apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada Cikka Foto Copy.
2) Faktor apa yang paling dominan dalam kualitas pelayanan Cikka Foto Copy.
3) Apakah kualitas jasa mempengaruhi pada kepuasan konsumen di Cikka Foto Copy.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 1.4 TUJUAN PENELITIAN

1) Mengindentifikasi factor-faktor kualitas pelayanan pada Cikka Foto Copy.
2) Menganalisis factor apa yang paling dominan dalam pelayanan Cikka Foto Copy.
3) Mengindentifikasi factor apa yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada Cikka Foto Copy.

## 1.5 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan dari hasil penelitian di harapkan mendapatkan menfaat diantaranya :

1) Bagi Perusaaan (Cikka Foto Copy)

   Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk kualitas pelayanan jasa pada konsumennya.

2) Bagi Peneliti

   Penelitian ini merupakan kesempatan yang sangat bermanfaat utnuk menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan teori yang didapat selama perkuliahan.

3) Bagi Akademis

   Dapat memberikan informasi tentang pentinya pengelolaan kualitas jasa untuk penelitian lebih lanjut.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

# BAB II

# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan dicantumkan beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan peneliti terdahulu sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan merujuk pada penelitian terdahulu maka dapat diliat perbedaan dari masing-masing penelitian termasuk kelemahan penelitian terdahulu sehingga dapat dilengkapi pada penelitian yang akan dilakukan ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Tabel 2.1

Penelitian terdahulu

| NO | PENELITI | JUDUL | METODE | OBJEK |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Melissa Tanuwijaya (2013) | Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Foto Copy Pipop Universitas Ciputra Lantai II Jakarta | SERVQUAL dan Importance Performance Analysis | Konsumen Foto Copy Pipop Universitas Ciputra Lantai II Jakarta |
| 2 | Purnomo (2010) | Pengaruh Kualitas | Analisis | Pelanggan |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Pelayanan Terhadap Kepausan Pelanggan bengkel PT. Arina Parama Jaya Gresik | deskriptif dan analisis regresi linear berganda | bengkel PT. Arina Parama Jaya Gresik |

Sumber: Data Sekunder

Melissa Tanuwijaya (2013) melakukan penelitian analisis kualitas pelayanan konsumen Foto Copy Pipop di Universitas Ciputra Lantai II Jakarta. Penelitian dilakukan dengan mengukur gap kualiatas pelayanan antara persepsi dan ekspektasi konsumen menggunakan metode SERVQUAL dengan 23 indikator pernyataan, kemudian ditentukan indikator-indikator yang diprioritaskan untuk dioptimalkan menggunakan Importance Performance Analysis. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diperoleh bahwa nilai rata-rata total SERVQUAL menunjukkan angka -0,41 yang berarti terdapat gap antara persepsi dengan ekspektasi konsumen. Sedangkan metode Importance Performance Analysis menunjukkan bahwa terdapat 1 indikator berada di kuadran A, 9 indikator berada di kuadran B, 9 indikator berada di kuadran C, dan 4 indikator berada di kuadran D.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Purnomo (2015) melakukan penelitian analisa kepuasan pelanggan terhadap bengkel PT. Arina Parama Jaya Gresik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari kenadalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan. 13 Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriftif dan metode analisi regresi linier berganda menggunakan uji signifikansi simultan (uji-F), uji signifikansi parsial (uji-T) dan koefisien determinansi ($R^2$). Penelitian ini menggunakan 80 responden sebagai sampel. Hasil peneilitan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (x) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (y) Bengkel PT. Arina Parama Jaya Gresik

Metode Servqual dianggap sebagai metode yang paling tepat pada penelitian ini. Pemilian metode Servqual berfungsi untuk menentukan nilai antara persepsi pelanggan dan juga harapan pelanggan, sehingga dapat diketahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap bengkel mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung sedangkan Cahyadi tahun 2010 menggunakan metode Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, metode ini hanya menunjukkan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau tidak.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 2.2 Landasan Teori

Dalam melakukan penulisan mengenai "Kualitas Jasa Pelayanan pada Cikka Foto Copy" perlu dilakukan peninjauan secara mendalam dimana penyusunan menggunakan teori Analisis Kualitas Pelayanan atau Service Quality (Servqual) adala suatu metode deskriptif guna menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Metode ini dikembangkan tahun 1985 oleh (A. Parasuraman, Valarie A. Zeitaml dan Leonard L. Berry) lewat artikel mereka di Journal Of Marketing. Metode di jurnal tersebut lalu direvisi ole mereka lewat artikel "SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality."

Setiap perusahaan diharuskan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Salah satu cara yang perlu dilakukan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dengan tingkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan karena itu kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar.

American Society for Quality Control Kotler I (2007:180) didefinisikan sebagai keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Berikut ini pengertian jasa menurut Kotler (2006:6) "Jasa merupakan setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasaranya tidak berwujud dan tidak

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

mengakibatkan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya".

## 2.3 Dimensi Pengukuran Service Quality

Untuk dimensi pengukuran *service quality* menurut Kotler (2012:499)menentukan bahwa ada lima penentu kualitas jasa, yaitu :

1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaandalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik (Gedung, Gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.

2) *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkanrasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Perusahaan harus dapat mengindentifikasikan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen, apa yang dipikirkan konsumen, apa yang konsumen rasakan, apakah konsumen merasa puas dan apakah konsumen akan kembali lagi atau tidak.

Adapun pengertian kepuasan konsumen menurut Kotler (2007:192) adalah sebagai berikut "Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

Kepuasan konsumen akan dapat diketahui setelah melakukan pembelian, tergantung dari kinerja perusahaan dalam pemenuhan harapan pembelian. Jika kinerja berada dibawah harapan konsumen tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Semakin besar kesenjangan (gap) antara harapan dan prestasi, maka makin besar pula ketidakpuasan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 2.4 KERANGKA PEMIKIRAN

Pelayanan terbaik diberikan oleh perusahaan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas Iayanan. Peneliti berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menikmati manfaat dari jasa yang ditawarkan.

Harga menjadi indikator yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memutuskan membeli atau tidaknya suatu produk. Harga dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu jasa oleh konsumen. Harga semata-semata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Hal ini dapat dibandingkan dengan harga produk atau jasa serupa yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Peneliti berpendapat bahwa harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena semakin tinggi perusahaan menerapkan harga maka harus semakin tinggi pula harapan akan manfaat yang akan didapat oleh konsumen.

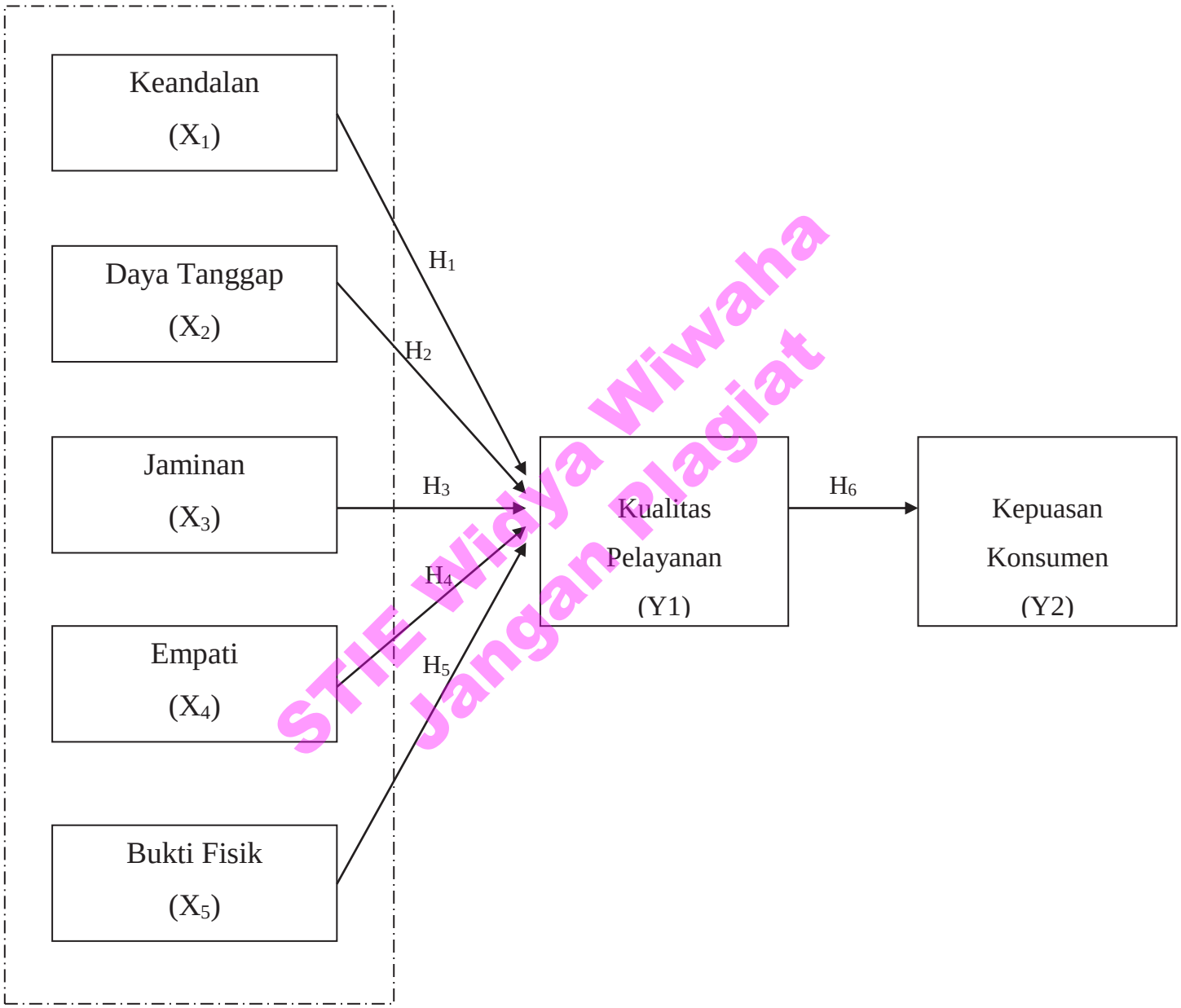
STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Salah satu factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan *(service quality)*. Bila pelayanannya berkualitas, maka konsumen puas, namun sebaliknya, bila pelayannya tidak berkualitas, maka konsumen tidak puas. Kualitas pelayanan *(service quality)* terbagi menjadi lima elemen yaitu keandalan *(reability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, empati *(empathy)* dan bukti fisik *(tangible)* berdasarkan pemikiran diatas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka sebagai berikut :

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Gambar 2

Kerangka Pemikiran




(Sumber : Penulis 2018)

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 2.5 HIPOTESIS

Hipotesis dijadikan dasar berpijak bagi peneliti sebagai jawaban sementara yang akan dibuktikan kebenarannya, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2005: 51), bahwa hipotess merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis penelitian ini adalah

1) $H_1$ : Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

2) $H_2$ : Daya tangkap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

3) $H_3$ : Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

4) $H_4$ : Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

5) $H_5$ : Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

6) $H_6$ : Ada pengaruh dimensi keandalan, daya tangkap, jaminan, empati dan bukti fisik pada kualitas pelayanan

7) $H_7$ : Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1 Lokasi Penelitian

Cikka foto copy merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa foto copy dan penjilidan, perusahaan ini berlokasi di Jl. Kenari Nomor 61 Yogyakarta.

Cikka foto copy selain foto copy dan penjilidan juga menyediakan alat tulis kantor (ATK) untuk menunjang kegiatan usahanya, hal ini di lakukan untuk pengembangan usaha. Dengan adanya alat tulias kantor , maka akan mempermudah segala aktivitas perusahaan, dengan demikian aktivitas perusahaan tidak terhambat hanya karna bahan seperti kertas, steples, map, bolpoint dan lain-lain yang tidak tersedia, hal ini tentunya akan menghemat waktu pekerjaan para karyawan dan waktu tunggu konsumen. Untuk kenyamanan para konsumen dalam menunggu foto copy atau penjilidan dan laminating, pihak Cikka foto copy menyediakan tempat duduk yang bersih dan tidak terganggu oleh aktivitas karyawan yang sedang melakukan pengcopyan, dan di sediakan Koran untuk di baca bagi para pelanggan sambil menunggu, serta di sediakan toilet yang bersih.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 3.2 Populasi dan sample

### 3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subyek/obyek yang akan diteliti. Populasi merupakan totalitas dari semua obyek atau individu yang akan diteliti yang mana memiliki jumlah, sifat dan karakteristik tertentu secara jelas dan lengkap. Hal ini juga diungkapkan oleh Sugiyono (2005: 72) yang menyatakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.". Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah kreteria pelanggan tetap, yang dimaksud dengan pelanggan tetap disini adalah pengguna jasa yang sudah lebih dari dua kali menggunakan jasa Foto Copy Cikka.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

### 3.2.2 Sample

sampel adalah "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Berdasarkan definisi populasi sebelumnya, kita dapat mengambil sebagian dari jumlah populasi yaitu, dengan menggunakan teknik sampel yang cukup representative dari sifat-sifat populasi. Sample dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang melakukan jasa foto copy di Cikka.

Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel yang dapat diperlukan dicari dengan rumus (Djarwanto dan subagyo, 2000:159) :

$$n = {}^{1}/_{4}\left|\frac{1,96}{E}\right| 2$$

Keterangan :

n : sample

α : 0,05 maka Z : 1,96

E : Tingkat kesalahan. Dalam penelitian ini E ditetapkan sebesar 10%

Sehingga n yang di hasilkan adalah :

$$n = {}^{1}/_{4}\left|\frac{1,96}{0,1}\right| 2$$

n = 96,04

Atas dasar perhitungan diatas, maka diperoleh sampel sebanyak 96 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. *Purposive* sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut kaitan dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Umar, 2013:92. Kriteria pengambilan tersebut adalah :

1) Pelanggan yang melakukan jasa foto copy di Cikka Foto copy.

2) Pelanggan tetap karena dianggap bisa mengambil keputusan yang tepat termasuk dalam memutuskan untuk melakukan foto copy/penjilitan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 3.3 JENIS DATA DAN SUMBER DATA

### 3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti dari wawancara atau pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti (Umar, 2013:42). Dalam penelitian ini sumber data tersebut berasal dari kuesioner yang diberikan kepada responden.

### 3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang penulis pergunakan dalam penulisan ini berasal dari obyek penelitian yaitu Foto Copy Cikka yang beralamat di Jl. Kenari No. 61 Yogyakarta.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 3.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Angkaet atau kuesioner merupakan sauatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan serpons atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2013:49). Dalam penelitian ini cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur :

1. Responden diberi kuesioner.
2. Sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberikan penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca.
3. Setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianilisis dan disimpulkan.

## 3.5 VARIABEL PENELITIAN

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.5.1 Variabel Independent bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat), **Sugiyono (2004:33).** Dalam penelitian ini, yang menjadi variable independen dimensi pelayanan yaitu :

a) Keandalan ($X_1$)

b) Daya tangkap ($X_2$)

c) Jaminan ($X_3$)

d) Empati ($X_4$)

e) Bukti fisik ($X_5$)

3.5.2 Variabel Dependetn Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, **Sugiyono (2004:33)**. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kualitas pelayanan ($Y_1$) dan kepuasan konsumen ($Y_2$).

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 3.6 METODE ANALISI DATA

### 3.6.1 Ananlisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaurh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya, dengan menggunakan alat analisis statistik. Dalam penelitian ini, analisis data kuantitaif yang digunakan antara lain :

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. ≤ 0,05 = valid dan r hitung sig. > 0,05 = tidak valid (Ghozali, 2009:51).

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang dalam kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban todak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali, 2009:46). Pengukuran reliabiltas dapat dilakukan dengan One Shot atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah cronbach aplha. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila (Ghozali, 2009:49) Hasil a > 0,06 = reliabel dan hasil a < 0,06 = tidak reliabel.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 3.7 Analisis Regresi Berganda

### 3.7.1 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan sekaligus hipotesa-hipotesa yang diajukan dalam penelitian.Untuk analisis statistiknya menggunakan analisis regresi berganda yaitu persamaan regresi yang mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih (Ghozali, 2009).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sedangkan untuk variabel dependen adalah kualitas pelayanan dan kepuasan

konsumen. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2004) :

$Y_1 = \alpha + ß_1X_1 + ß_2X_2 + ß_3X_3 + ß_4X_4 + ß_5X_5$……

$Y_2 = \alpha + ß_6\ Y_1$

Keterangan :

$\alpha$ =Konstanta

$Y_1$= Kualitas layanan

$Y_2$= Kepuasan konsumen

$Y_2$ Menggunakan Fungsi $Y_1$

$ß_1$=koefisiendari variable $X_1$(*tangible*)

$X_1$= Berwujud (*tangible*)

$ß_2$=koefisiendari variable $X_2$(reliability)

$X_2$= Keandalan (*reliability*)

$ß_3$=koefisien dari variable $X_3$(*responsiveness*)

$X_3$= Ketanggapan (*responsiveness*)

$ß_4$=koefisien dari variable $X_4$(*assurance*)

$X_4$= Jaminan (*assurance*)

$ß_5$=koefisien dari variable $X_5$(*empathy*)

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

$X_5$= Empati (*empathy*)

$ß_6$=koefisien regresi dari variable $Y_1$

3.7.2 Uji – F

Uji – F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent/ terikat (Ghozali, 2009:88).

1) Merumuskan Hipotesis (derajat kepercayaan 5%)

Ho : bl = b2 = b3 = 0 artinya :

Semua variabel independent secara simultan bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel depende.

Ha : bl = b2 = b3 ≠ 0 artinya

Semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Dengan asumsi :

$H_1$ : ditolak bila sig. < = 0.05α

$H_2$ : diterima bila sig. > = 0,05α

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

### 3.7.3 Pengujian Hipotesis (Uji – T)

Uji - t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen atau bebas) dalam menerangkan variasi variabel dependen/ terikat (Ghozali, 2009:88).

1) Merumuskan Hipotesis (derajat kepercayaan 5%)

   Ho : = 0 artinya :

   Variabel independen secara parsial bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen

   Ha : b ≠ 0 artinya :

   Variabel independen secara parsial merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel independen.

2) Dengan asumsi :

   $H_1$ : ditolak bila sig. < = 0,05α

   $H_2$ : diterima bila sig. > = 0,05α

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 3.8 Analisis Data Kualitatif

Analisis kualitatif berguna menyimpulkan hasil yang diperoleh dari analisis kuantitatif.Analisis kualitatif adalah analisis data berdasarkan hasil yang dinyatakan dalam bentuk uraian. Data kualitatif merupakan data berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa prosa,

kemudian dikaitkan dengan data-data lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran sehingga memperoleh gambaran baru atau memperkuat suatu gambaran yang sudah ada sebelumnya.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Cikka foto copy salah satu perusahaan foto copy yang secara geografis memiliki letak yang strategis yaitu berada di Jl. Kenari Nomor 61 Yogyakarta. Cikka foto copy ini berdiri sejak tahun 2008 dan memiliki area yang cukup luas dan terletak di pinggir jalan,Cikka foto copy ini di dirikan oleh BAPAK JOKO.

Cikka foto copy telah melakukan berbagai upaya untuk menjaring konsumen yang lebih banyak, diantaranya dengan melakukan pelayanan yang baik dan semaksimal mungkin, dan buka setiap hari senin-sabtu dari jam 07:30 sampai dengan 17:00. Cikka foto copy ini untuk menunjang operasional juga menyediakan *alat tulis kantor (ATK)* yang lengkap seperti bolpint,map,materai dan berbagai perlengkapan alat tulis kantor yang biasa di butuhkan konsumen.

Meskipun usia Cikka foto copy belum lama, tetapi foto copy ini siap bersaing dengan usaha sejenis lainya yang di lakukan dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan kembali lagi menggunakan jasa foto copy ini serta merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa Cikka foto copy.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 4.2 Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen di Cikka foto copy. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.Dalam penelitian ini, di ambil sebanyak 100 orang yang datang melakukan foto copy, laminating maupun penjilitan di Cikka foto copy sebagai sample penelitian.

Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan.Salah satu tujuan dengan deskripsi karaktersitik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Dalam penelitian sampel, karakteristik responden dikelompokkan menurut usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan. Oleh karena itulah uraian mengenai karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut :

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan usia

| Usia | Jumlah responden | Persentase |
|---|---|---|
| 17-20 | 20 | 20 % |
| 21-30 | 40 | 40 % |
| 31-40 | 25 | 25 % |
| 41-50 | 10 | 10 % |
| >50 | 5 | 5 % |
| Total | 120 | 100% |

Dari tabel 4.1 berdasarkan usia di atas, responden yang berumur antara 21-30 tahun merupakan yang paling banyak, yaitu 40 % dari total jumlah responden atau sebanyak 40 orang, 31-40 sebanyak 25 % atau 25 orang, 17-20 sebanyak 20 % atau 20 orang, 41-50 sebanyak 10 % atau 10 orang, dan yang paling sedikit berumur lebih dari 50 tahun, yaitu 5 % atau hanya 5 orang.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis kelamin | Jumlah responden | Persentase |
|---|---|---|
| Laki-laki | 75 | 75 % |
| Perempuan | 25 | 25 % |
| Total | 100 | 100% |

Dari tabel 4.2 berdasarkan jenis kelamin di atas, laki-laki berjumlah 75 responden (75%), dan sebanyak 25 responden (25%) berjenis kelamin perempuan. Dapat di simpulkan dari data di atas bahwa responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dari pada responden perempuan.

4.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

| Pendidikan | Jumlah responden | Persentase |
|---|---|---|
| Sma | 93 | 93 % |
| Sarjana | 7 | 7 % |
| pasca sarjana | 0 | 0 % |
| Total | 100 | 100% |

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Dari tabel 4.3 berdasarkan pendidikan responden yang lulusan SMA 93% atau 93 responden, dan SARJANA 7% atau 7 responden.Dapat di simpulkan dari data di atas bahwa responden yang lulusan SMA adalah yang paling banyak.

4.2.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah responden | Persentase |
|---|---|---|
| Karyawan swasta | 12 | 12% |
| Wirasswasta | 5 | 5% |
| Pegawai negeri | 54 | 54% |
| Pelajar atau mahasiswa | 29 | 29% |
| Total | 100 | 100% |

Dari tabel 4.4 berdasarkan pekerjaan responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil 54% atau 54 responden, Pelajar dan Mahasiswa 29% atau 29 responden, karyawan swasta 12% atau 12 responden, dan responden yang bekerja sebagai wirasswasta sebanyak 5% atau 5 responden. Dari data di atas dapat di simpulkan bahwa responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil adalah yang paling dominan yaitu 54 orang.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 4.3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Methode pengujian instrument di maksudkan untuk menguji validitas dan rabilitas yang akan di gunakan peneliti sehingga dapat di ketahui sejauh mana kuisoner dapat menjadi alat pengukur yang valid dan reliable.

### 4.3.1 Uji validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Uji validitas di gunakan untuk mengetahui tingkat kecermataan suatu alat dalam menjalankan fungsi ukurnya. Kriteria yang di gunakan valid atau tidak adalah koefisiensi r yang di peroleh lebih dari atau sama dengan koefisien korelasi pada tabel nilai r, yaitu pada taraf signifikansi 5% instrument yang di uji cobakan tersebut di nyatakan valid.

Dasar dalam pertimbangan untuk mengukur valid tidaknya kuisoner adalah dengan membandingkan antara r hitung ($r_{xy}$) terhadap r table. Nilai r table untuk penelitian ini adalah dengan df =120 pada $\alpha$ = 5% yaitu jika r hitung ($r_{xy}$) lebih kecil dari r table maka kuisoner tersebut di katakana tidak valid namun sebaliknya, jika r hitung ($r_{xy}$) lebih besar dari r table maka kuisoner tersebut di katakana valid. Adapun hasil uji pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Table 4.5

Uji Validitas

| INDIKATOR | VARIABLE | NILAI R HITUNG | NILAI R TABLE | KEPUTUSAN |
|---|---|---|---|---|
| BERWUJUD | 1 | 0,529 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0,527 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0,526 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0,769 | 0.195 | Valid |
| KEANDALAN | 1 | 0,422 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0,336 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0,431 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0,276 | 0.195 | Valid |
| | 5 | 0,599 | 0.195 | Valid |
| KETANGGAPAN | 1 | 0,348 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0,348 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0,311 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0,558 | 0.195 | Valid |
| JAMINAN | 1 | 0,495 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0,393 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0,539 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0,433 | 0.195 | Valid |
| EMPATY | 1 | 0,527 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0,206 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0,643 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0,281 | 0.195 | Valid |
| | 5 | 0,491 | 0.195 | Valid |
| KUALITAS PELAYANAN | 1 | 0,672 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0,359 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0,280 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0,442 | 0.195 | Valid |
| | 5 | 0,306 | 0.195 | Valid |
| KEPUASAN KONSUMEN | 1 | 0,647 | 0.195 | Valid |
| | 2 | 0,403 | 0.195 | Valid |
| | 3 | 0,420 | 0.195 | Valid |
| | 4 | 0,383 | 0.195 | Valid |
| | 5 | 0,564 | 0.195 | Valid |

Sumber : Data primer di olah 2018

STIE Widya Wiwaha
Jangan plagiat

4.3.2 Uji Reabilitasi

Uji reabilitasi di lakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila di lakukan pengukuran lebih dari dua kali terhadap obyek yang sama, untuk mengetahui reabilitasi dari pernyataan-pernyataan dalam kuisoner di gunakan teknik *Cronbach Alpha*.

Suatu instrument atau pernyataan di anggap reliable, apabila koefisien di atas 0,6. Dalam pengujian reabilitas di lakukan dengan program statistik spss sebagai berikut:

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Table 4.6

Uji Reabilitas

| INDIKATOR KUISONER | CRONBACH'S ALPHA | KETERANGAN |
|---|---|---|
| Berwujud | 0,754 | Reliable |
| Keandalan | 0,796 | Reliable |
| Ketanggapan | 0,817 | Reliable |
| Jaminan | 0,811 | Reliable |
| Empaty | 0,782 | Reliable |
| Kualitas pelayanan | 0,793 | Reliable |
| Kepuasan konsumen | 0,781 | Reliable |

Sumber : Data primer diolah 2018

Hasil dari table 4.6 di atas pengujian reabilitas terhadap item pernyataan di peroleh nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 maka dapat di simpulkan bahwa seluruh item pernyataan penelitian ini telah memenuhi syarat reabilitas atau dengan kata lain bahwa kuisoner penelitian di nyatakan reliable sebagai instrument penelitian.

## 4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti menggunakan analisis linier berganda karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu variabel

Metode regresi linier berganda untuk penelitian ini mempunyai persamaan sebagai berikut:

$Y_1 = \alpha + ß_1X_1 + ß_2X_2 + ß_3X_3 + ß_4X_4 + ß_5X_5$

$Y_2 = \alpha + ß_6 Y_1$

Keterangan :

$\alpha$ =Konstanta

$Y_1$= Kualitas layanan

$Y_2$= Kepuasan konsumen

$Y_2$ Menggunakan Fungsi $Y_1$

$ß_1$=koefisiendari variable $X_1$(*tangible*)

$X_1$= Berwujud (*tangible*)

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

$ß_2$=koefisiendari variable $X_2$(reliability)

$X_2$= Keandalan (*reliability*)

$ß_3$=koefisien dari variable $X_3$(*responsiveness*)

$X_3$= Ketanggapan (*responsiveness*)

$ß_4$=koefisien dari variable $X_4$(*assurance*)

$X_4$= Jaminan (*assurance*)

$ß_5$=koefisien dari variable $X_5$(*empathy*)

$X_5$= Empati (*empathy*)

$ß_6$=koefisien regresi dari variable $Y_1$

Untuk mengetahui kualitas layanan pada Cikka Foto copy berpengaruh dan tidaknya terhadap kepuasan konsumen penulis dalam hal ini melakukan pengujian dengan menggunakan bantuan program SPSS untuk pembuktian hipotesis yang ada.

4.4.1 Pengujian pertama

Untuk pengujian pertama ini penulis menguji secara parsial dan simultan berwujud (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empaty) dengan variable dependen kualitas layanan ($Y_1$).

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

### 4.4.2 Hasil Uji Hipotesis

Table 4.7

Uji Hipotesis keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,266 | ,359 | | 6,304 | ,000 |
| | RATAKDL | ,452 | ,084 | ,477 | 5,374 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Dari data table 5.0 diatas maka secara matematis dapat ditulis ke dalam persamaan sebagai berikut :

$Y_2 = 2,266 + 0,452$

Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

Koefisien $ß_1 = 0,452$

Nilai koefisensi $ß_1$(Keandalan) pada tabel 5.0 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,452 dan memiliki nilai t sebesar 5.374 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05, artinya berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis pertama ($H_1$) dalam penelitian ini di terima.

Table 4.8

Uji hipotesis Daya tangkap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,886 | ,316 | | 9,131 | ,000 |
| | RATA2KTG | ,302 | ,073 | ,387 | 4,151 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Dari data table 5.1 diatas maka secara matematis dapat ditulis ke dalam persamaan sebagai berikut :

$Y_2 = 2,886 + 0,302$

Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

Koefisien $ß_1 = 0,302$

Nilai koefisensi $ß_1$(Ketanggapan) pada tabel 5.1 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,302 dan memiliki nilai t sebesar 4.151 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05, artinya berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis kedua ($H_2$) dalam penelitian ini di terima.

Table 4.9

Uji hipotesis jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3,113 | ,294 | | 10,572 | ,000 |
| | RATA2JMN | ,252 | ,069 | ,349 | 3,684 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Dari data table 5.2 diatas maka secara matematis dapat ditulis ke dalam persamaan sebagai berikut :

$Y_2 = 3,113 + 0,252$

Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

Koefisien $ß_1 = 0,252$

Nilai koefisensi $ß_1$ (Jaminan) pada tabel 5.2 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,252 dan memiliki nilai t sebesar 3,684 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05, artinya berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis ketiga ($H_3$) dalam penelitian ini di terima.

Table 5.0

Uji hipotesis Empati berpeng aruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1,648 | ,469 | | 3,514 | ,001 |
| | RATA2EMP | ,617 | ,113 | ,481 | 5,436 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Dari data table 5.3 diatas maka secara matematis dapat ditulis ke dalam persamaan sebagai berikut :

$Y_2 = 1,648 + 0,617$

Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

Koefisien $ß_1 = 0,617$

Nilai koefisensi $ß_1$ (Empati) pada tabel 5.3 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,617 dan memiliki nilai t sebesar 5,436 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05, artinya empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis keempat ($H_4$) dalam penelitian ini di terima.

Table 5.1

Uji hipoteesis bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2,434 | ,255 | | 9,542 | ,000 |
| | RATA2BW | ,400 | ,058 | ,573 | 6,920 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Dari data table 5.4 diatas maka secara matematis dapat ditulis ke dalam persamaan sebagai berikut :

$Y_2 = 2,434 + 0,400$

Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

Koefisien $ß_1 = 0,400$

Nilai koefisensi $ß_1$ (Berwujud) pada tabel 5.4 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,400 dan memiliki nilai t sebesar 6,920 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05, artinya berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hipotesis kelima ($H_5$) dalam penelitian ini di terima.

Table 5.2

Uji parsial kualitas pelayanan

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.157 | .491 | | 4.392 | .000 |
| | BW | .466 | .083 | .640 | 5.640 | .000 |
| | KDL | -.064 | .109 | -.064 | -.582 | .562 |
| | KTG | .017 | .073 | .021 | .237 | .813 |
| | JMN | .059 | .072 | .078 | .819 | .415 |
| | EMP | -.013 | .169 | -.010 | -.077 | .939 |

a. Dependent Variable: kualitas pelayanan

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Table 5.3

Uji simultan kualitas layanan

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 2.660 | 5 | .532 | 13.021 | .000[b] |
| | Residual | 3.840 | 94 | .041 | | |
| | Total | 6.500 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: RATA2KLP

b. Predictors: (Constant), RATA2EMP, RATA2KTG, RATA2JMN, RATA2KDL, RATA2BW

Dari data table 5.2 dan table 5.3 di atas maka secara matematis dapat di tulis ke dalam persamaan sebagai berikut:

$Y_1 = 2.157+0,466X_1-0,064X_2+0,017X_3+0,059X_4-0,013X_5$

Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1) Koefisien $ß_1$ = 0,466

Nilai koefisensi $ß_1$(berwujud) pada tabel 5.2 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,466 dan memiliki nilai t sebesar 5.640 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05, artinya berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan,maka hipotesis pertama ($H_1$) dalam penelitian ini di terima.

2) Koefisien $ß_2$ = -0,064

Nilai koefisensi $ß_2$ (keandalan) pada table 5.2 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah negatif sebesar -0,064 dan memiliki nilai t sebesar -0,582 dengan nilai signifikan sebesar 0,562. Nilai signifikansi > 0,05 artinya keandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan, maka hipotesis kedua($H_2$) dalam penelitian ini di tolak.

3) Koefisien $ß_3$ =0,017

Koefisien $ß_3$ (ketanggapan) pada table 5.2 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,017 dan memiliki nilai t sebesar 0,237 dengan nilai signifikan sebesar 0,813. Nilai signifikansi > 0,05 artinya ketanggapan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan, maka hipotesis ketiga ($H_3$) dalam penelitian ini di tolak.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

4) Koefisien $ß_4$ = 0,059

Koefisien $ß_4$ (jaminan) pada table 5.2 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,059 dan memiliki nilai t sebesar 0,819 dengan nilai signifikan sebesar 0,415. Nilai signifikansi > 0,05 artinya jaminan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan, maka hipotesis keempat ($H_4$) dalam penelitian ini di tolak.

5) Koefisien $ß_5$ = -0,013

Koefisien $ß_5$ (empati) pada table 5.2 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah negatif sebesar -0,013 dan memiliki nilai t sebesar 0,077 dengan nilai signifikan sebesar 0,939 Nilai signifikansi > 0,05 artinya empati tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan, maka hipotesis kelima ($H_5$) dalam penelitian ini di tolak.

6) Uji simultan kualitas layanan

Berdasarkan hasil linier berganda pada table 5.3 menunjukan hasil bahwa nilai f hitung sebesar 13.021 bertanda positif dengan nilai (sig) 0,00 < taraf signifikan 0,05. Hal ini berarti variable secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variable dependen.jadi berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kualitas layanan ($Y_1$).

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

4.4.3 Pengujian kedua

Pada pengujian kedua ini penulis menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

Table 5.4

Uji kepuasan konsumen

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.581 | .374 | | 6.898 | .000 |
| | RATA2KLP | .383 | .089 | .400 | 4.319 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data primer diolah 2018

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Berdasarkan table 5.4 di atas maka secara matematis dapat di tulis kedalam persamaan sebagai berikut:

$Y_2 = 2.581+0,383$

Adapun arti dari koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1) Koefisien $ß_6 = 0,383$

Nilai koefisensi ß6 (kualitas layanan) pada table 5.4 menunjukan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,383 dan memiliki nilai t sebesar 4.391 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikansi < 0,05 artinya kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen, maka hipotesis ketujuh ($H_7$) dalam penelitian ini di terima.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

# BAB V

# SIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas layanan pada kepuasan konsumen di Cikka foto copy dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1) Dari hasil pengujian lima variable antara berwujud (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empaty), variable berwujud adalah faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable kualitas layanan pada Cikka foto copy.
2) Faktor yang paling dominan dalam kualitas pelayanan Cikka foto copy adalah variable berwujud.
3) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Cikka foto copy.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Cikka foto copy. Adapun saran-saran yang diberikan bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1) Para karyawan Cikka foto copy diharapkan mampu meminimalisir kesalahan dalam melakukan pengcopyan dan mampu menepati janji apabila berjanji melakukan pengcopyan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
2) Karyawan Cikka foto copy sebaiknya memperhatikan kebersihan di lingkungan kerja agar pelanggan merasa nyaman berada di tempat foto copy tersebut.
3) Melengkapi fasilitas yang belum ada pada Cikka foto copy Karena, jika segala fasilitas sudah lengkap, maka ini akan mendukung, kecepatan, ketepatan, dan kebenaran karyawan dalam bekerja, sehingga pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

# DAFTAR PUSTAKA

## Sumber Buku:


Amien.(2015). *Kualitas jasa.* Diambil 10 Februari 2018 darihttp://cocoalmuhibb.blogspot.de/2015/03/sripsi-analisis-peranan-kualitas-jasa.html

Aristo Mukhamad. (2015). Perumusan Hipotesis. Diambil 05 Februari 2018 dari https://www.aristo.id/pengertian-contoh-dan-perumusan-hipotesis-riset/#

Buena.(2015). *Metode Analisis Kualitas Pelayanan Parasuraman Zeithaml Berry*. Diambil 19 Januari 2018 dari http://blogbuenalamtia.blogspot.de/

Djarwanto, PS dan Subagyo, Pangestu.(1993). *Statistik Induktif*. Edisi Ke-empat. Yogakarta: BPFE.

Ghozali, Imam.(2009). *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* ".Semarang : UNDIP.

Kotler, Philip.(2002). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi Milenium. Jakarta:Prenhallindo.

Kotler, P. dan K. L. Keller.(2007). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Gramedia.

Kotler dan Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13.Jakarta: Erlangga

Kotler, Keller,(2012). *Marketing Management*. Jakarta: Person Education.

Lupyoadi (2003).*Manajemen Pemasaran*.Edisi dua. Jakarta: Salemba Empat


STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

Micco. (2015). *Metode Penelitian, Jenis Penelitian,Macam-Macam Data Penelitian.* Diambil 12 Februari 2018 dari https://pendidikan.id/main/forum/diskusi-pendidikan/mata-pelajaran/1906-metode-penelitian-jenis-penelitian-macam-macam-data-penelitian

Mulyanto.(2011). *Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.* Diambil 5 Februari 2018 dari http://eprints.undip.ac.id/28644/1/Skripsi08.pdf

Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry.(1988). "*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*".Journal of Retailing. Vol 64 (1) pp 12-37

Sugiyono.(2004). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta

Sugiono.(2005). *Memahami Penelitian Kualitatif.*Bandung : Alfabeta,_____.(2012). *Metode Penelitian, Kualitatif dan* R&D. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono.(2001). *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, Fandy dan G. Chandra.(2005). *Service, Quality, & Satisfaction.*Yogyakarta: PenerbitAndi.

Umar.(2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis.* Jakarta: Rajawali

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat