

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan

Author:

Dian Kharisma¹
Sahat Simatupang²
Heriyawan Hutagalung³

Afiliation:

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al
Washliyah Sibolga^{1,2,3}

Corresponding email

diankharisma2@gmail.com¹
sahatsimatupang510@gmail.com²
heriyawanhutagalung@gmail.com³



This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Abstrak:

Tujuan penelitian untuk menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan. Penulis menggunakan 90 orang responden sebagai sampel yang diambil dari 10% populasi sebesar 900 orang populasi dengan menggunakan rumus slovin dengan metode penelitian menggunakan uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, uji analisis data uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linier sederhana dan uji hipotesis t. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan dan uji korelasi ditemukan nilai sebesar 0,880 dengan kategori korelasi sangat kuat. Sementara koefisien determinasi diketahui bahwa (R Square) adalah 0,775 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen adalah sebesar 77,5%, dan sisanya sebesar 22,5% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel bebas (kualitas pelayanan), Dengan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 5,824 + 0,866X$ yang menunjukkan apabila ditambahkan satu satuan variabel X (kualitas Pelayanan) atau nilai tertentu maka akan bertambah peningkatan variabel Y (kepuasan Konsumen) dan berdasarkan uji hipotesis t maka didapatkan hasil bahwa nilai t hitung sebesar 17,411 dan nilai t tabel 1,98729 maka nilai t hitung $17,411 > 1,98729$, karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen dan ualitas Pelayanan

Pendahuluan

Pada era serba kompetitif seperti sekarang ini persaingan dunia usaha semakin tajam saja. Hal ini dimulai dengan banyaknya tumbuh usaha-usaha yang menawarkan berbagai jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Berbagai upaya dilakukan oleh usaha usaha dagang yang menjual barang-barang produk industri kepada konsumen mulai dari promosi, harga, pelayanan dan lain sebagainya.

Mengingat tingkat persaingan yang terus terjadi maka diperlukan strategi untuk mempertahankan pelawanan ditengah-tengah persaingan yang kompetitif seperti ini. Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu strategi agar konsumen memperoleh kepuasan. Dengan kepuasan yang diperoleh, konsumen dalam membeli bahan-bahan kebutuhannya akan berpengaruh pula terhadap meningkatnya volume penjualan. Strategi ini merupakan suatu pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam waktu tertentu.

Sedangkan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempromosikan barang yang ditawarkan. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang baik dan berkualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Maka dengan melakukan peningkatan pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan bagi konsumen yang datang membeli barang-barang yang ditawarkan oleh pemilik dari usaha dagang tersebut.

Oleh karena itu pelayanan yang berkualitas menjadi tantangan bagi setiap pelaku usaha. Dimana pertumbuhan usaha-usaha sejenis seperti usaha sembilan bahan pokok (Sembako) tumbuh dengan lambat yang tidak sebanding dengan jumlah pertumbuhan konsumen yang begitu cepatnya.

Demikian halnya dengan usaha dagang (UD) Restu Mulia Pandan yang bergerak dalam bidang usaha penjualan sembilan bahan pokok (Sembako) yang terdiri dari bahan pokok makanan seperti beras, gula, telur, dan garam, bahan keperluan rumah tangga seperti gas elpiji, keperluan perlengkapan mandi seperti shampoo, pasta gigi dan sabun mandi serta menjual berbagai jenis makanan ringan dan minuman berwarna.

Dimana usaha ini tentunya dihadapkan dengan berbagai tantangan untuk memenuhi kebutuhan konsumen terhadap sembilan bahan pokok dan lain-lainnya yang semakin selektif. Oleh karena itu kestabilan penjualan barang-barang yang diperjual belikan harus seiring dengan peningkatan pelayanan yang semakin baik dan berkualitas bagi para konsumen yang datang.

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan batasan masalah di atas maka penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut : Apakah Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian pada UD. Restu Mulia Pandan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan.

Studi Literatur

Piutang merupakan “Klaim yang muncul dari penjualan barang dagangan, penyerahan jasa, pemberian pinjaman dana, atau jenis transaksi lainnya yang membentuk suatu hubungan dimana satu pihak berutang kepada pihak lainnya.” (Simamora Henry, 2015: 208). Sedangkan Warren (2015:392) menyatakan Piutang adalah meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan, atau organisasi lainnya.” Dapat pula dikatakan bahwa Piutang mencakup semua tagihan dalam bentuk uang kepada perseorangan, badan usaha atau pihak tertagih lainnya. Artinya pihak lain yang berhutang kepada perusahaan.

Kualitas adalah ukuran standar yang diinginkan oleh konsumen, jika suatu usaha dagang dikatakan sudah berkualitas berarti sudah memenuhi standar keinginan konsumen bahkan melebihi harapan dari konsumen. Pengertian atau makna kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda pula. Berikut ini pengertian kualitas menurut ahli: Menurut **Lupiyoadi (2014: 212)** “kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya”. Menurut **Kotler dan Keller (2016: 143)** “Kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Dari pengertian di atas bahwa disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus-menerus dalam pemenuhan kebutuhan konsumen sehingga dapat memuaskan konsumen.

Pelayanan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintahan, pelaku usaha, konsumen, pengunjung/ pelanggan dan sebagainya. Hal tersebut disebabkan semakin baik pemahaman mereka atas konsep pelayanan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia dagang. Pelayanan adalah setiap aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pihak lain. Pelayanan terhadap konsumen sangat penting dilakukan oleh pelaku usaha karena tanpa pelayanan yang bagus maka konsumen tidak akan mau membeli produk yang akan diperjualbelikan. Beberapa ahli memberikan pengertian atau definisi tentang pelayanan seperti yang dijelaskan sebagai berikut: Menurut **Kotler** dalam (**Laksana, 2018: 85**) “pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”. Menurut **Dr. Muhammad Adam (2015: 11)** arti “*service* (pelayanan) adalah suatu proses jasa yang dihasilkan dari empat proses input, yaitu: *people processing (consumer)*, *possession processing*, *mental stimulus processing*, dan *information processing*”. Maka berdasarkan pengertian pelayanan di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk orang lain yang sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan erat hubungannya dengan kepuasan konsumen. Tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Oleh sebab itu, pangsa pasar saat ini memandang tugas peningkatan layanan sebagai prioritas utama dalam memberikan nilai tambah bagi konsumen. Adapun menurut para ahli tentang definisi kualitas pelayanan sebagai berikut: Menurut **Tjiptono, (2014: 52)**, yaitu “ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan, serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya bahwa kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan”. Menurut **Kotler dan Keller (2016: 156)**, “Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Jadi dapat diambil kesimpulan segala bentuk aktifitas yang dilakukan oleh pelaku usaha dagang harus sesuai dengan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan konsumen.

Menurut **Kotler & Keller (2016 : 442)** indikator kualitas pelayanan adalah :

1) BuktiLangsung,Merupakan fasilitas, perlengkapan, peralatan, penunjang, penampilan personil.2)Empati,Merupakan kepedulian, perhatian secara individu atau personel yang diberikan kepada pelanggan.3)Keandalan,Merupakan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara bertanggung jawab dan akurat.4)Daya Tanggap,Merupakan kesediaan karyawan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat.5)Jaminan,Merupakan pengetahuan, kesopanan dan kompetensi karyawan dan kemauan karyawan memberikan kepercayaan dan keyakinan sebagai penyedia jasa.

Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Adapun menurut para ahli tentang definisi kepuasan sebagai berikut: Menurut **Sudaryono (2016: 78)**, “kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang”. Menurut **Tjiptono dan Diana (2016: 138)** “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas”.

Sedangkan pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli sebagai berikut :Menurut **Fandy Tjiptono (2014: 354)** “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”. Menurut **Daryono & Setyobudi (2014)** “Kepuasan konsumen merupakan suatu penelitian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi”.Dapat diambil kesimpulan dari pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli bahwa

memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap pelaku usaha. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup usaha dagang, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Indikator kepuasan konsumen adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Biasanya pelanggan yang puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa akan menjadi pelanggan setia dalam waktu yang lama. Adapun indikator kepuasan konsumen menurut **Tjiptono (2014: 101)** yaitu:1)Kesesuaian Harapan, Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen. 2)Minat Berkunjung Kembali, Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait. 3)Kesediaan Merekomendasi, Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Untuk mendukung penelitian dan teori – teori didalam penelitian ini,maka berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun Penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

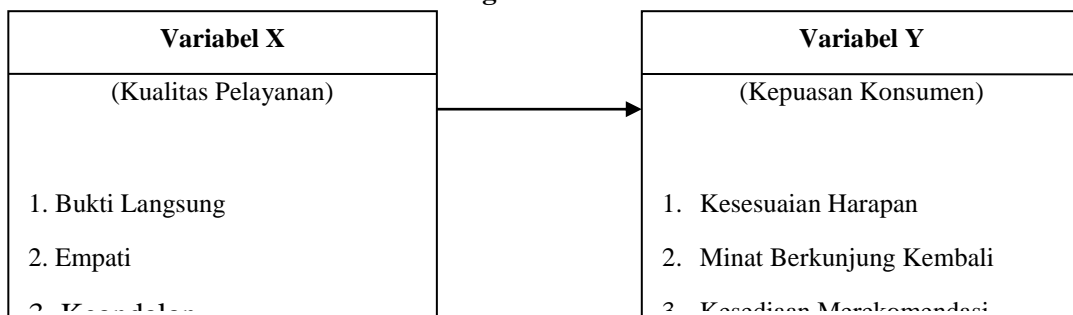
1. **Firman Ndruru 2018** dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Finder Lolowau dengan metode analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi sederhana, pengujian hipotesis melalui uji koefisien determinasi dan hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,414 (41,4%) artinya bahwa 41,4% kergamaman variabel terikat (kepuasan pelanggan) dapat dijelaskan variabel bebas (kualitas pelayanan) sedangkan sisanya 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebut dalam model.
2. **Fahtira virdha noor 2020** dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia Studi Pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu dengan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana dengan aplikasi SPSS 16 dan Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,485. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 48,5% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan uraian teori di atas, maka dapat dinarasikan keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Memahami pentingnya pelayanan dalam rangka memberikan kepuasan konsumen maka setiap usaha diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Untuk lebih dipahami maka keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dilihat pada gambar 2.1 dibawah ini.

Gambar 2.1

Kerangka Pikir Penelitian



Sumber :Kolter & Keller (2016:442)danTjiptono (2014 : 101)

Perumusan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:57)Hipotesis merupakan “jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”.Dari pendapat tersebut,maka suatu hipotesis yang dikemukakan nantinya bukanlah suatu jawaban yang benar secara mutlak,akan tetapi perlu diuji kebenarannya secara empiris.Berdasarkan rumusan masalah dari pengertian hipotesis,maka dalam penelitian ini penulis merumuskan hipotesis menjadi dua yaitu hipotesis alternatif (Ha) dan hipotesis nol (H0) sebagai berikut :

Ha : Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan

Ho : Tidak Adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan bentuk penelitian pendekatan kuantitatif dimana pada penelitian tersebut menggunakan studi korelasi, yaitu yang menguraikan dan memberikan penjelasan tentang hubungan antara variabel X (*independent*) sebagai variabel bebas yang mempengaruhi dan variabel Y (*dependent*) sebagai variabel terikat yang dipengaruhi, dimana yang menjadi variabel bebas kualitas pelayanan (Variabel X) dan variabel terikat adalah Kepuasan konsumen (Variabel Y).Penelitian dilaksanakan pada UD. Restu Mulia Pandan yang berlokasi di Jl. KH. Dewantara, Sibuluan Indah, Kecamatan Pandan, Kabupaten Tapanuli Tengah. UD. Restu Mulia merupakan usaha dagang di bidang sembako, dengan waktu penelitian mulai bulan April 2022 sampai dengan bulan September 2022. Adapun populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja pada UD. Restu Mulia Pandan dengan rata-rata 30 orang/hari pada bulan Juni 2022, maka rata-rata konsumen perbulan adalah sekitar 900 orang dan jumlah sampel yang akan diteliti adalah 90 orang yang diperoleh dari rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)} \quad n = \frac{900}{1+(900.10\%^2)} = 90$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance* sebesar 0,10 atau 10%)

Teknik Pengumpulan data yang digunakan oleh penulis pada saat penelitian dilakukan dengan berbagai cara sebagai berikut ini : a. Studi Literatur, yaitu dengan mempelajari berbagai sumber bacaan yang berkaitan erat dengan masalah penelitian, baik berupa buku-buku ilmiah maupun penelitian terdahulu.b. Studi Lapangan (*Field Research*), yaitu dengan cara mengumpulkan data langsung dari tempat penelitian yang dilakukan dengan cara :

- 1) Wawancara yaitu metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak – pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang penelitian.
- 2) Observasi yaituteknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sehingga diperoleh gambaranyang jelas mengenai masalah yang dihadapi.

3) Kuesioner yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pernyataan kepada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian dan pembuktian hipotesis penelitian ini menggunakan IBM Software Statistical Package for Sosial Sciences (SPSS) Versi 26 dengan beberapa tahap untuk menganalisis data sebagai berikut :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Uji Korelasi
4. Uji Determinasi
5. Analisis Regresi Linier Sederhana
6. Uji-t (Hipotesis)

Hasil

Hasil Penelitian

Deskriptif Karakteristik Responden

1. Komposisi responden berdasarkan tingkat jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	51	57%
2	Perempuan	39	43%
	Jumlah	90	100%

Sumber: Data Hasil Penelitian, Data Diolah 2022

Pada tabel 4.1 dapat digambarkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 51 orang (57%) dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 39 orang (43%)

2. Komposisi Responden Berdasarkan Tingkat Usi dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat Usia	Jumlah	Persentase
1	18-25 Tahun	40	44%
2	26-30 Tahun	32	36%
3	31-35 Tahun	15	17%
4	36-40 Tahun	3	3%
	Jumlah	90	100%

Sumber: Data Hasil Penelitian, Data Diolah 2022

Pada tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa responden yang paling banyak pada usia 18 sampai 25 tahun berjumlah 40 orang (44%), sedangkan responden yang paling sedikit pada usia 36 sampai dengan 40 tahun berjumlah 3 orang (3%)

3. Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.3berikut :

Tabel 4.3Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	SMA	55	61%
2	S1	35	39%
Jumlah		90	100%

Sumber: Data Hasil Penelitian, Data Diolah 2022

Pada tabel 4.3 dapat digambarkan bahwa responden yang latar pendidikan SMA sebanyak 55 orang (61%) dan latar pendidikan S1 sebanyak 35 orang (39%)

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.4validitas butir pernyataan variabel X kualitas pelayanan dan variabel Y kepuasan konsumen sebagai berikut :

Tabel 4.4Validitas butir pernyataan variabel X Kualitas Pelayanan dan variabel Y Kepuasan Konsumen

No	r hitung	r tabel	Validitas
Variabel X (Kualitas Pelayanan)			
Item 1	0.81173	0.1745	VALID
Item 2	0.64008	0.1745	VALID
Item 3	0.60284	0.1745	VALID
Item 4	0.58891	0.1745	VALID
Item 5	0.71485	0.1745	VALID
Item 6	0.64363	0.1745	VALID
Item 7	0.56805	0.1745	VALID
Item 8	0.56203	0.1745	VALID
Item 9	0.54471	0.1745	VALID
Item 10	0.67125	0.1745	VALID
Variabel Y (Kepuasan Konsumen)			
Item 1	0.81691	0.1745	VALID
Item 2	0.52058	0.1745	VALID

Item 3	0.55217	0.1745	VALID
Item 4	0.56941	0.1745	VALID
Item 5	0.65752	0.1745	VALID
Item 6	0.57001	0.1745	VALID
Item 7	0.54832	0.1745	VALID
Item 8	0.61023	0.1745	VALID
Item 9	0.52839	0.1745	VALID
Item 10	0.62261	0.1745	VALID

Sumber :SPSS Versi 26

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas variabel X dan variabel Y dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4.5 Reliabilitas butir pernyataan variabel X dan variabel Y

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Variabel X Kualitas Pelayanan	.836	10
Variabel Y Kepuasan Konsumen	.803	10

Sumber :SPSS Versi 26

3. Analisis Uji Korelasi

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kualitas pelayanan (variabel X) dengan kepuasan konsumen (variabel Y), maka dapat dilihat dengan menggunakan alat bantu *windows* SPSS versi 26, Adapun uji korelasi ditunjukkan pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 4.6 Output Uji Korelasi

Correlations			
		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Y	Pearson Correlation	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

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

Sumber :SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diperoleh nilai r hitung sebesar 0,880 yang berarti positif adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dengan kategori sebagai berikut :

1. 0,80 s/d 1,000 = Korelasi sangat kuat
2. 0,60 s/d 0,799 = Korelasi kuat
3. 0,40 s/d 0,599 = Korelasi sedang
4. 0,20 s/d 0,399 = Korelasi rendah
5. 0,00 s/d 0,199 = Korelasi sangat rendah

Berdasarkan Interpretasi angka korelasi maka korelasi dinyatakan sangat kuat hal ini dikarenakan 0,880 termasuk dalam interpretasi angka korelasi pertama yaitu korelasi sangat kuat.

4. Uji Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan dapat dihitung dengan alat bantu SPSS versi 26 pada tabel 4.7 output uji determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.7 Output Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.775	.772	1.911

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber :SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.7 output uji determinasi di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,775 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen adalah sebesar 77,5%, dan sisanya sebesar 22,5% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel bebas (kualitas pelayanan).

5. Uji Analisis regresi linier sederhana

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan konsumen), dilakukan perhitungan regresi linier sederhana juga dengan program windows SPSS versi 26. Adapun hasil uji regresi linier sederhana dapat dilihat pada tabel 4.8 output analisis regresi linier sederhana sebagai berikut :

Tabel 4.8 Output Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.824	2.289		2.544	.013
Kualitas Pelayanan	.866	.050	.880	17.411	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber :SPSS Versi 26

Dari tabel 4.8 output analisis regresi linier sederhana di atas diketahui bahwa persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 5,824 + 0,866X$, tingkat signifikan sebesar $0,00 < 0,05$, maka variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen).

6. Uji t

Setelah nilai koefisien regresi diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari nilai t hitung dengan tujuan untuk mengetahui apakah hipotesis alternatif (Ha) yang diajukan diterima atau hipotesis nol (H0) yang diterima, dikatakan hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak jika nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel dan sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel maka hipotesis alternatif (Ha) tidak dapat diterima. Dan hipotesis nol (H0) yang diterima. Adapun nilai t tabel yang diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$df = N - 2$$

$$df = 90 - 2 = 88$$

maka nilai t tabel pada signifikan 0,05 sebesar 1,66235 dan hasilnya dapat dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 26 sebagai berikut :

Tabel 4.9Output Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.824	2.289		2.544	.013
Kualitas Pelayanan	.866	.050	.880	17.411	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber :SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 4.9 output uji hipotesis t di atas, didapatkan hasil bahwa nilai t hitung sebesar 17,441 dan nilai t tabel 1,98729 maka nilai t hitung 17,441>1,66235, karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan antara variabel X (*independent*) sebagai variabel bebas yang mempengaruhi dan variabel Y (*dependent*) sebagai variabel terikat yang dipengaruhi, dimana yang menjadi variabel bebas kualitas pelayanan (Variabel X) dan variabel terikat adalah Kepuasan konsumen (Variabel Y). Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :Uji validitas dinyatakan valid atau memenuhi persyaratan dikarenakan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, Uji Reliabilitas dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan sebagai mana dikemukakan oleh **Ghozali (2018: 46)** “jika koefisien *cronbach’s alpha* >0,70 maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel, sebaliknya jika koefisien *cronbach’s alpha* < 0,70 maka pertanyaan dinyatakan tidak andal atau tidak reliabel”.Uji korelasi diperoleh nilai r_{hitung} sebesar 0,880 yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} 0.2072. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dengan kategori korelasi sangat kuat menurut **Sugiyono (2016: 184)**.Uji Determinasi dengan hasil nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,775 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen adalah sebesar 77,5%, dan sisanya sebesar 22,5% dipengaruhi oleh faktor diluar variabel bebas (kualitas pelayanan).Uji Hipotesis t hitung sebesar 17,411 lebih besar dari nilai t tabel 1,66235 maka hipotesis diterima.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : 1) Uji korelasi ditemukan nilai sebesar 0,880 dimana nilai 0,880 termasuk dalam nilai 0,80 s/d 1,000 dengan kategori sangat kuat. 2) Uji determinasi ditemukan nilai sebesar 0,775. Maka besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 77,5% dan sisanya sisanya sebesar 22,5% dipengaruhi

oleh faktor lain. 3) Diketahui bahwa persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 5,824 + 0,866X$ dengan tingkat signifikan sebesar $0.00 < 0.05$. Maka variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). 4) Hasil keputusan dari Uji hipotesis t adalah (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak dikarenakan nilai t hitung sebesar 17,411 lebih besar dari nilai t tabel 1,66235. 5) Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti menyimpulkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UD. Restu Mulia Pandan.

Referensi

- Adam, M. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management (16th Edition)* New Jersey : Prentice Hall Published
- Laksana, Fajar. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Ndruru, Firman. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Finder Lolowau*, STIE Nias Selatan
- Noor, Fahtira Virdha. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu
- Ridwan & Sunarto. 2017. *Pengantar Statistika untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. CV Andi Offset: Yogyakarta
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D* Bandung : Alfabeta
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia: Malang
- _____, Diana, Anastasia. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. CV Andi Offset: Yogyakarta.