

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RICHEESE FACTORY CIBINONG KABUPATEN BOGOR

¹⁾ Yesi Luvitassari, ²⁾ Benny Osta Nababan

¹⁾Alumni Program Studi Manajemen, STIE Dewantara
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III, Keradenan, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16913,Indonesia
Email: yesi.2599@gmail.com

²⁾Dosen Program Studi Manajemen, STIE Dewantara
Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III, Keradenan, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16913,Indonesia
Email: benny.osta@dewantara.ac.id

ABSTRACT

In this study the number of samples of this study was 100 respondents. The results showed that the results of hypothesis test proved that the reliability variable with a t value of 2.132 > t value of table 1.658. With a significant value of 0.036 < 0.1. And the empathy variable with the calculated t value 2.382 > t table value 1.658. With a significant value of 0.019 < 0.1. Significant value smaller than 0.1 indicates at 10% then Ho is rejected and Ha is accepted. The results of multiple linear regression test obtained by the regression equation $Y = 6.573 + 0.210 X1 + 0.338 X2 + 0.175 X3 + 0.071 X4 + 0.383 X5$. This means that every 1 unit increase in physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy variables will increase the value of Cibinong Richeese Factory customer satisfaction. The coefficient of determination (R²) obtained adjusted R² square value of 0.315. This shows that 31.5% of Richeese Factory Cibinong's customer satisfaction is influenced by the quality of service. While the remaining 68.5% customer satisfaction is influenced by variables not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Dalam penelitian ini jumlah sampel penelitian ini adalah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa variabel keandalan dengan nilai t hitung 2,132 > nilai t tabel 1,658. Dengan nilai signifikan 0,036 < 0,1. Dan variabel empati dengan nilai t hitung 2,382 > nilai t tabel 1,658. Dengan nilai signifikan 0,019 < 0,1. Nilai signifikan lebih kecil dari 0,1 menunjukkan pada taraf 10% maka Ho ditolak dan Ha diterima. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 6,573 + 0,210 X1 + 0,338 X2 + 0,175 X3 + 0,071 X4 + 0,383 X5$. Artinya bahwa setiap ada peningkatan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sebanyak 1 satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan Richeese Factory Cibinong. Hasil koefisien determinasi (R²) diperoleh nilai adjusted R² square sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan bahwa 31,5% kepuasan pelanggan Richeese Factory Cibinong dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 68,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan masyarakat yang semakin tidak terbatas berkembang dari waktu ke waktu, kemajuan teknologi dan informasi telah membawa dampak besar bagi perubahan gaya hidup. Hal ini berlaku juga dalam hal makanan terutama makanan cepat saji. Seperti halnya saat ini sedang marak muncul makanan yang berjenis siap

saji (*fastfood*). Makanan merupakan hal yang penting dimana merupakan pokok manusia. Kebutuhan pangan sebagai kebutuhan dasar, menciptakan suatu peluang usaha dibidang kuliner. Banyak makanan kini hadir untuk dapat memenuhi keinginan dari pelanggan dimana kebutuhan tersebut sangatlah beragam. Untuk itu perusahaan atau restoran tersebut sangat memperhatikan apa saja yang

dibutuhkan oleh pelanggan baik dalam rasa, cara penyajian serta pelayanannya. Situasi persaingan yang dihadapi hampir semua restoran *fastfood* dengan kondisi pasar yang sedemikian agresif saat ini telah dialami pula oleh Richeese Factory Cibinong sebagai salah satu restoran fastfood baru, yang menganut sistem waralaba (*franchise*). Richeese Factory merupakan perusahaan dibidang makanan cepat saji yang pertama kali yang melakukan inovasi berbahan dasar ayam yang memiliki cita rasa yang pedas dan menggunakan keju sebagai sausnya yang gurih. Segmen yang disasar oleh Richeese Factory adalah segala jenis usia yang dimana Richeese Factory harus menjamin produknya agar aman dikonsumsi bagi semua pelanggannya. Industri kuliner saat ini sedang berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Tabel 1. Data Pengunjung Richeese Factory Cibinong

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase Pertumbuhan
1.	Oktober 2017 – September 2018	151.227	-
2.	Oktober 2018 – September 2019	181.034	19,7%
Tot al		332.261	19,7%

Sumber : Richeese Factory Cibinong (2019).

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa data pengunjung Richeese Factory Cibinong cukup banyak. Namun hal tersebut tidak menjamin bahwa pelanggan akan selalu puas terhadap pelayanan di Richeese Factory Cibinong. Hal ini yang menjadi permasalahan bagi Richeese Factory Cibinong, salah satu cara yang

dapat dilakukan perusahaan agar Richeese Factory Cibinong tetap bertahan diindustri kuliner, perusahaan perlu mencari cara untuk bertahan dalam meningkatkan kualitas pelayanan Richeese Factory Cibinong dan selalu menarik perhatian pelanggan yaitu dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dan mempunyai tujuan meningkatkan kualitas pelayanan Richeese Factory Cibinong agar kepuasan pelanggan terjaga dan pengunjung Richeese Factory Cibinong tetap meningkat. Richeese Factory merupakan perusahaan *fastfood* yang mempunyai visi dan misi menjadi restoran cepat saji yang terbaik dan berpengalaman dalam melayani dan memberi kesan puas pada pelanggan Richeese Factory.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan Richeese Factory Cibinong yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan Richeese Factory Cibinong yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Richeese Factory Cibinong.
4. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Bisnis

Menurut (Sutarno, 2012 : 1) Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan masyarakat. Seorang individu yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung risiko dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut “Entrepreneur”.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono 2012:51).

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut (Tjiptono, 2015:146) Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap produk atau jasa yang sudah dibelinya setelah membandingkan antara kualitas pelayanan dengan harapan yang dirasakan oleh pelanggan.

2.2 Definisi Operasional

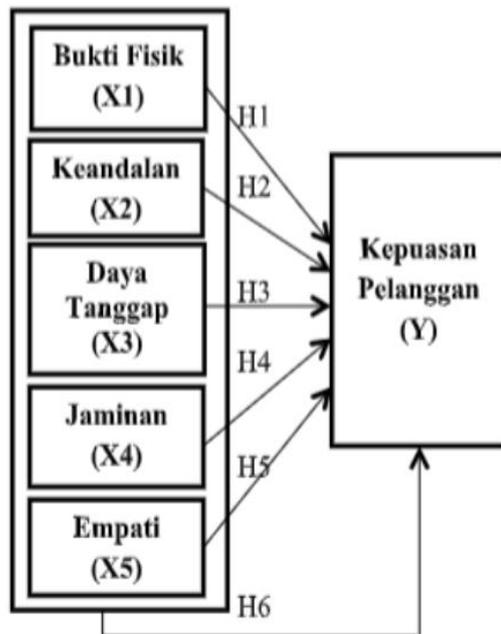
Tabel 2. Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
1.	Bukti Fisik (X ₁)	Bukti fisik adalah daya tarik fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan rapi.	1. Karyawan berpakaian rapi, bersih, dan menarik. 2. Fasilitas yang disediakan lengkap. 3. Ruangan memiliki dekorasi yang menarik.	1-5
2.	Keandalan (X ₂)	Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun.	1. Pelayanan yang diberikan tepat dan sesuai dengan keinginan pelanggan. 2. Keandalan karyawan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan. 3. Keakuratan perhitungan nilai transaksi.	1-5
3.	Daya Tanggap (X ₃)	Daya tanggap adalah kesiapan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka.	1. Karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan. 2. Karyawan sigap dalam menangani keluhan pelanggan. 3. Karyawan memiliki waktu luang untuk membantu pelanggan.	1-5
4.	Jaminan (X ₄)	Jaminan adalah perilaku karyawan yang mampu memunculkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman dan nyaman bagi para pelanggannya.	1. Karyawan memberikan jaminan pelayanan yang baik. 2. Richeese Factory selalu menjaga kualitas produk agar tetap bersih dan fresh. 3. Richeese Factory menjual produk yang halal.	1-5

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
5.	Empati (X ₅)	Empati menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.	1. Karyawan memberikan pelayanan yang sama terhadap pelanggan tanpa memandang status sosial. 2. Karyawan menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian. 3. Karyawan memahami keinginan pelanggan dengan baik.	1-5
6.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap produk atau jasa yang sudah dibelinya setelah membandingkan antara kualitas pelayanan dengan harapan yang dirasakan oleh pelanggan.	1. Pelanggan menjadi loyalitas terhadap Richeese Factory. 2. Pelanggan akan melakukan pembelian kembali. 3. Pelanggan akan merekomendasikan produk Richeese Factory ke orang lain. 4. Pelanggan akan bersedia membayar lebih. 5. Pelanggan akan memberikan masukan atau saran.	1-5

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka pengembangan kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis menurut (Sugiyono, 2012:93) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan peneliti, maka yang menjadi hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan Richeese Factory Cibinong.
- H1 : Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Richeese Factory Cibinong.
- H2 : Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Richeese Factory Cibinong.
- H3 : Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Richeese Factory Cibinong.

H4 : Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Richeese Factory Cibinong.

H5 : Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengunjung Richeese Factory Cibinong.

H6 : Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengunjung Richeese Factory Cibinong.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan jenis Kausalitas, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, yang kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013:38). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Richeese Factory cabang Cibinong yang beralamatkan di Jl.Raya Sukahati, Kp.Pajelaran, RT.05 RW.08, Kel. Sukahati, Kec. Cibinong, Kab. Bogor, Jawa Barat 16913.

Waktu penelitian ini akan dilaksanakan mulai dari bulan September 2019 sampai bulan Maret 2020.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016:80) mendefinisikan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang mengunjungi dan membeli produk Richeese Factory Cibinong, (Sumber: Richeese Factory Cibinong).

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016:81) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016:85).

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi totalnya hanya yang

terlihat dari satu struk pembelian sedangkan dari satu struk pembelian pasti ada beberapa pelanggan yang makan di Richeese Factory Cibinong. Dan jumlah sampel berdasarkan rumus Lemeshow tersebut maka n yang didapatkan sebesar 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Teknik analisis data sangat bergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis sementara.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Richeese Factory pertama kali ada di Indonesia pada tanggal 8 Februari 2011. Richeese Factory membuka gerai restoran pertamanya di Paris Van Java Mall di kota Bandung. Seiring dengan makin berkembangnya restoran Richeese Factory, kini Richeese Factory memiliki outlet yang tersebar di kota – kota besar di Indonesia. Richeese Factory merupakan perusahaan yang bergerak dibisnis QSR (Quick Service Restaurant) yang memiliki kekhasan beragam menu bercita rasa keju. Kekhasan lain yang ditonjolkan yaitu, sensasi pedas dengan beragam tingkatan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini

adalah pelanggan Richeese Factory Cibinong yang berjumlah 100 orang. Responden yang dominan telah berkunjung dan membeli produk di Richeese Factory Cibinong adalah berdasarkan jenis kelamin yaitu laki – laki sebanyak 58 orang, berdasarkan umur 17 – 20 tahun sebanyak 47 orang, berdasarkan pekerjaan karyawan swasta 41 orang, berdasarkan frekuensi berkunjung dan membeli lebih dari dua kali sebanyak 68 orang, berdasarkan pendapatan perbulan <2 Jt sebanyak 58 orang, dan berdasarkan alasan membeli kumpul bersama sebanyak 40 orang.

4.3 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Jogiyanto, 2012:144). Butir-butir pernyataan dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan diterapkan dengan nilai $(df) = n-2 = 100-2 = 98$ (n adalah jumlah sampel yakni 100), dan jumlah konstruk = 2. Dengan nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 90% dengan kesalahan 10% ($\alpha = 0,1$). Maka nilai $r_{tabel} = 0,165$. r_{hitung} dikatakan tidak valid jika nilainya $< 0,165$. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan hasil uji validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Bukti Fisik (X1)			
X11	0,763	0,165	Valid
X12	0,778	0,165	Valid
X13	0,818	0,165	Valid
Keandalan (X2)			
X21	0,751	0,165	Valid
X22	0,756	0,165	Valid
X23	0,676	0,165	Valid
Daya Tanggap (X3)			

X31	0,800	0,165	Valid
X32	0,838	0,165	Valid
X33	0,808	0,165	Valid
Jaminan (X4)			
X41	0,755	0,165	Valid
X42	0,737	0,165	Valid
X43	0,700	0,165	Valid
Empati (X5)			
X51	0,695	0,165	Valid
X52	0,708	0,165	Valid
X53	0,781	0,165	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y1	0,686	0,165	Valid
Y2	0,742	0,165	Valid
Y3	0,727	0,165	Valid
Y4	0,609	0,165	Valid
Y5	0,631	0,165	Valid

Sumber : Data yang diolah 2020.

4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukurannya dapat dipercaya. Dalam kriteria penilaian uji reliabilitas ini menggunakan metode Cronbach Alpha diukur berdasarkan skala Cronbach 0 sampai 1.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Cronbach Alpha	Item Pernyataan	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0,686	3	Reliabel
Keandalan (X2)	0,558	3	Cukup Reliabel
Daya Tanggap (X3)	0,747	3	Reliabel
Jaminan (X4)	0,561	3	Cukup Reliabel
Empati (X5)	0,558	3	Cukup Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,703	5	Reliabel

(Y)			
-----	--	--	--

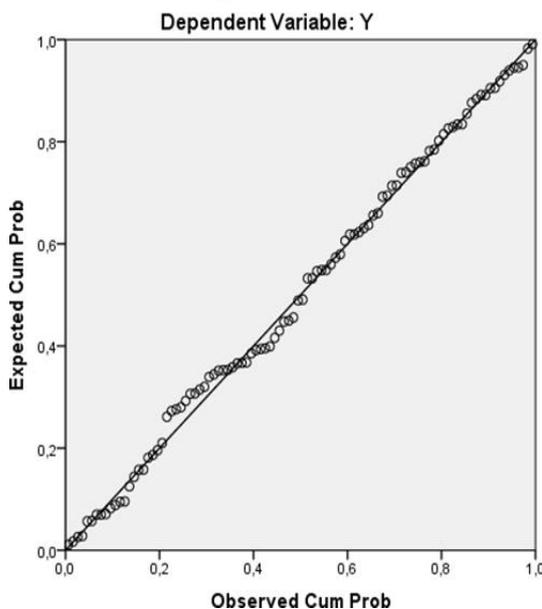
Sumber : Data yang diolah 2020.

4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Imam Ghazali, 2013:110). Pengujian normalitas menggunakan teknik P-P Plot dan Kolmogorov Smirnov. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Berikut ini disajikan hasil dari uji normalitas :

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Hasil Uji Grafik P-P Plot Uji Normalitas

erdasarkan gambar 2 diketahui bahwa grafik normalitas menunjukkan data penyebaran titik-titik pada garis diagonal dari grafik. Dalam grafik terlihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, maka model dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi normalitas atau layak untuk digunakan.

Tabel 5. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,81723054
Most Extreme Differences	Absolute	,047
	Positive	,043
	Negative	-,047
Test Statistic		,047
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

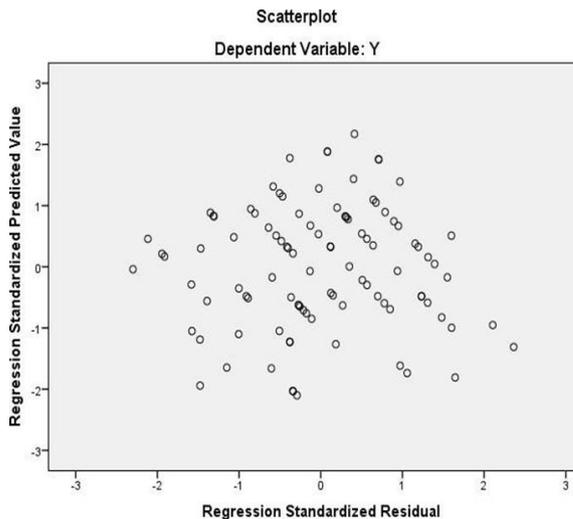
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 5 hasil perhitungan uji Kolmogorov Smirnov, maka dapat diketahui bahwa apabila signifikansi Asymp. Sig. > 0,1 maka data berdistribusi normal, dan sebaliknya apabila signifikansi Asymp. Sig. < 0,1 maka data berdistribusi tidak normal. Pada output data tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar (>) dari 0,1. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan memplotkan grafik antara SRESID dengan ZPRED dimana gangguan heteroskedastisitas akan tampak dengan adanya pola tertentu pada scatterplot.



Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot
Sumber : Data yang diolah 2020.

Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat bahwa tidak terdapat pola tertentu pada grafik. Titik pada grafik menyebar yang mengindikasikan tidak ada gangguan heteroskedastisitas pada model dalam penelitian ini.

4.5.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat adanya korelasi diantara variabel independen dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik akan bebas dari multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan Inflation Factor (VIF) pada model regresi.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
X1	0,712	1,404	Bebas Multikolinearitas
X2	0,603	1,657	Bebas Multikolinearitas
X3	0,696	1,436	Bebas Multikolinearitas
X4	0,654	1,530	Bebas Multikolinearitas
X5	0,676	1,479	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 6 hasil uji multikolinearitas semua nilai tolerance variabel independen > dari 0,1 atau nilai VIF < dari 10 yang mengindikasikan tidak terjadinya multikolinearitas.

4.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,573	2,280		2,883	,005
X1	,210	,143	,144	1,465	,146
X2	,338	,159	,228	2,132	,036
X3	,175	,133	,131	1,316	,192
X4	,071	,178	,041	,401	,689
X5	,383	,161	,241	2,382	,019

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 7 hasil analisis regresi linier berganda diatas dapat diperoleh persamaan regresi dengan

rumus yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 6,573 + 0,210 X_1 + 0,338 X_2 + 0,175 X_3 + 0,071 X_4 + 0,383 X_5$$

Dari hasil analisis regresi linier berganda diatas nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan yang meliputi (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Richeese Factory Cibinong adalah variabel Empati dengan nilai koefisien regresi terbesar sebesar 0,383.

4.7 Hasil Uji Hipotesis

4.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji – t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah secara parsial masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Menentukan kriteria pengujian hipotesis penelitian, pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t tabel. Apabila t tabel > t hitung dengan signifikan dibawah 0,1 (10%). Untuk mencari t tabel dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = 10\%$$

$$df = n-k = 100-6 = 94$$

Maka t tabel diketahui t (94, 0,1) = 1,658

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji – t)

Variabel	t tabel	t hitung	Sig.	Keputusan
Bukti Fisik (X1)	1,658	1,465	0,146	Ho diterima Ha ditolak
Keandalan (X2)	1,658	2,132	0,036	Ho ditolak Ha diterima
Daya Tanggap (X3)	1,658	1,316	0,192	Ho diterima Ha ditolak
Jaminan (X4)	1,658	0,401	0,689	Ho diterima Ha ditolak
Empati (X5)	1,658	2,382	0,019	Ho ditolak Ha diterima

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	175,510	5	35,102	10,093	,000 ^b

Sumber : Data yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 8 dari hasil uji hipotesis diatas diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cibinong adalah variabel keandalan (X2) dengan t hitung 2,132 > t tabel 1,658 dan variabel empati (X5) dengan t hitung 2,382 > t tabel 1,658. Maka dapat disimpulkan variabel keandalan dan variabel empati yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.7.2 Uji Simultan (Uji – f)

Uji simultan atau uji f digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai f, maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dengan derajat bebas penyebut, dengan rumus sebagai berikut :

$$df_1 = k-1 = 6-1 = 5$$

$$df_2 = n-k = 100-6 = 94$$

Maka f tabel diketahui f (94, 5) = 1,91

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji – f)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	175,510	5	35,102	10,093	,000 ^b

Residual	326,930	94	3,478		
Total	502,440	99			

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

Sumber : Data yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 9 hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $f_{hitung} = 10,093$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,1$. Dengan nilai signifikan dibawah 0,1 dan nilai $f_{hitung} 10,093 > f_{tabel} 1,91$. Maka H_0 ditolak yang menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cibinong.

4.8 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,591 ^a	,349	,315	1,8649

- a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2
- b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 10 hasil koefisien determinasi dapat diketahui diperoleh nilai adjusted R^2 square sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan bahwa presentase yang dipengaruhi variabel independen yaitu kualitas

pelayanan sebesar 31,5% terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cibinong. Sedangkan sisanya sebesar 68,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cibinong Kabupaten Bogor“ dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 for windows. Maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel Keandalan (X2) dan variabel Empati (X5) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Richeese Factory Cibinong. Dimana nilai t_{hitung} variabel Keandalan sebesar 2,132 dan t_{hitung} variabel Empati sebesar 2,382 nilainya lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,658.
2. Sedangkan variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar $10,093 > f_{tabel} 1,91$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,1$. Maka H_0 ditolak yang menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan mempunyai

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cibinong.

3. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Richeese Factory Cibinong adalah variabel Empati dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,383.
4. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai adjusted R^2 square sebesar 0,315. Hal ini menunjukkan bahwa 31,5% kepuasan pelanggan Richeese Factory Cibinong dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 68,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan data hasil penelitian diatas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Kualitas pelayanan karyawan Richeese Factory Cibinong merupakan salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan dan karyawan bisa menjaga kualitas pelayanan yang terbaik agar menjaga kepuasan pelanggan tetap meningkat. Pelanggan yang puas akan datang kembali dan mengajak pelanggan baru untuk datang mengunjungi Richeese Factory

Cibinong. Untuk variabel jaminan yang merupakan variabel paling rendah, harap ditingkatkan lagi oleh perusahaan agar pelanggan merasa lebih puas dengan pelayanannya. Dan untuk variabel empati yang merupakan variabel paling tertinggi harap dipertahankan atau lebih baik makin ditingkatkan lagi menjadi lebih baik.

2. Bagi Peneliti Lainnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dibidang sejenis lebih lanjut disarankan untuk menambahkan beberapa dimensi kualitas pelayanan dan dengan metode yang berbeda. Karena dari penelitian ini diketahui bahwa masih ada 68,5% faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Imam, Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi ke-7*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jogiyanto. 2012. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Edisi ke-7*. BFFE. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- . 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV.Alfabeta. Bandung.
- . 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

- , 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. PT.Afabeta. Bandung.
- Sutarno. 2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. ANDI. Yogyakarta.