



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA FIFGROUP DI LUMAJANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ekonomi

Pada Minat Studi Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen

Disusun oleh :

DIMAS JULIUS HARI KENCANA

NIM : 17.10356

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER
2021**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA FIFGROUP DI LUMAJANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ekonomi

Pada Minat Studi Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen

Disusun oleh :

DIMAS JULIUS HARI KENCANA

NIM : 17.10356

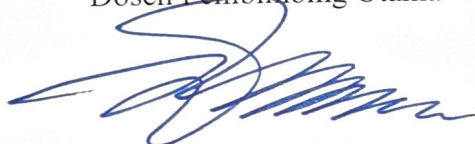
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER
2021**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA FIFGROUP DI LUMAJANG

Nama : Dimas Julius Hari Kencana
NIM : 17.10356
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis
Mata Kuliah Dasar : Manajemen Pemasaran

Disetujui Oleh

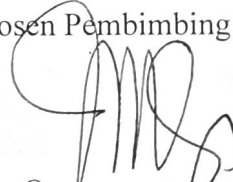
Dosen Pembimbing Utama



Dr. Agustin HP. MM

NIDN : 0717086201

Dosen Pembimbing Asisten



Drs. Bagus Qomaruzzaman Ratu Edi, M.P

NIDN : 0716116003

Mengetahui;

Ka. Prodi Manajemen



Tamrin Hidayah, SE, M.P

NIDN : 0721066602

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA FIFGROUP DI LUMAJANG

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi pada :

Hari/Tanggal : Sabtu / 17 April 2021

Jam : 08.00

Tempat : A 2.1

Disetujui Oleh Tim Penguji Skripsi :

Ketua Penguji

Dr. Suwignyo Widagdo, SE, MM, MP

Sekretaris Penguji

Drs. Bagus Qomaruzzaman Ratu Edi, M.P

Anggota Penguji

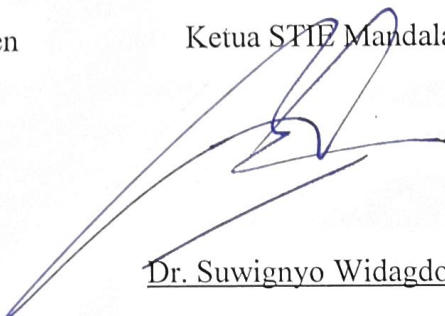
Dr. Agustin HP. MM

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen

Ketua STIE Mandala Jember


Tamriatin Hidayah, SE, M.P
NIDN : 0721066602


Dr. Suwignyo Widagdo, SE, MM, MP
NIDN 0702106701

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

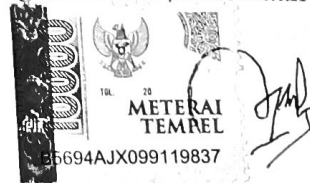
NAMA : DIMAS JULIUS HARI KENCANA
NIM : 17.10356
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
MINAT STUDI : MANAJEMEN BISNIS

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA FIFGROUP DI LUMAJANG**” merupakan hasil karya ilmiah saya buat sendiri. Apabila bukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya siap menanggung resiko dibatalkannya skripsi yang telah saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sejujurnya.

Jember, 08 Maret 2021

Yang membuat pernyataan



Dimas Julius Hari Kencana

MOTTO

Kemarin adalah sejarah. Besok adalah misteri. Hari ini adalah anugerah. Itulah
sebabnya hari ini disebut “present” (hadiah)

(Master Oogway)

PERSEMBAHAN

1. Tuhan Yesus Kristus, atas segala kemudahan serta kelancaran selama penulisan skripsi.
2. Ibu yang terus mendukung, doa dan semangat tiada batas. Terimakasih yang sebesar – besarnya karena telah membimbing, mengarahkan dan menasehati tiada batasnya.
3. Koko, Cece dan semua keluarga di Madiun sudah mendukung, doa dan semangat tiada batas membantu atas kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
4. Pakde Budi dan Bude Umi yang sudah memberi fasilitas kos di daerah jalan sumatra gang 4 yang nyaman dan wi-fi yang lancar dalam menyelesaikan skripsi.
5. Sahabat badminton (kak Sangap, Oding, Januar, Yohanes, Jenny dan Fanny) atas dukungan dan semangat, semoga kita dipertemukan dalam keadaan sukses.
6. Sahabat Njinggros Team (Gohan, Menclek, Memed, Kocor, Mblendoti dan Sumber) semangat, doa dan dukungan mengerjakan skripsi.
7. Fanny yang selalu support dan doa dalam pembuatan skripsi sampai saat ini.
8. KKN 13 (Akbar, Hengky, Wandha, Anggita dan Nidya) dukungan, doa dan semangat yang telah diberikan.
9. Sahabat SMA (Elisa, Nanda, Citra, Fahmi, Fahrul dan Bagus) yang telah membantu dukungan doa dan mengisi waktu nongkrong malam untuk inspirasi.
10. Sahabat – sahabat KASKER atas dukungan dan semangat kelancaran yang telah diberikan.
11. Sahabat – sahabat UKM Olahraga angkatan X dan Angkatan Istmewa yang selalu mendukung kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dan menjadikan keluarga dalam sebuah organisasi.

12. Sahabat – sahabat UKM PKK yang memberikan dukungan doa atas kelancaran mengerjakan skripsi.

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

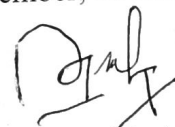
Segala puji hanya bagi Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya serta nikmat yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA FIFGROUP DI LUMAJANG”** dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, SE, MM, MP selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
2. Ibu Tamriatin Hidayah, SE, M.P selaku Ketua Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
3. Ibu Dr. Agustin HP. M.M selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan pengarahan dan memberikan bimbingan skripsi ini kepada saya.
4. Bapak Drs. Bagus Qomaruzzaman RE, M.P selaku Dosen Pembimbing Asisten yang begitu sabar membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
6. Ibu dan Bapak yang selalu memberikan dukungan dan doa yang terbaik.
7. Untuk teman-teman kuliah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih. Banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua mahasiswa yang memerlukan

Jember, 08 Maret 2021



Dimas Julius Hari Kencana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
2.2 Kajian Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Klasifikasi Jasa	17
2.2.3 Kualitas Pelayanan	19
2.2.4 Hal-hal Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	24
2.2.5 Kepuasan Pelanggan / Konsumen.....	25
2.2.6 Hal-hal Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen/Pelanggan	27
2.2.7 Loyalitas Pelanggan	28
2.3 Kerangka Konseptual	29

2.4 Hipotesis.....	30
BAB III. METODE PENELITIAN	35
3.1 Gambaran Singkat Obyek Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Jenis Penelitian.....	37
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian.....	37
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.5.1 Bukti Fisik.....	38
3.5.2 Keandalan	38
3.5.3 Daya Tanggap	39
3.5.4 Jaminan	39
3.5.5 Empati	40
3.5.6 Kepuasan Konsumen.....	40
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.7 Sumber Data.....	41
3.8 Metode Analisis Data	42
3.8.1 Uji Instrumen Data.....	42
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.8.3 Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Responden	50
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.3 Analisis Hasil Penelitian	57
4.3.1 Uji Validitas	57
4.3.2 Uji Reliabelitas	61
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	62
4.3.3.1 Uji Normalitas	62
4.3.3.2 Uji Multikolonieritas	63
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	64

4.3.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.3.3.5 Koefisien Determinasi	67
4.3.3.6 Uji t	68
4.3.3.7 Uji F	71
4.4 Interpretasi Dan Hasil Penelitian	72
4.4.1 Pengaruh Bukti Fisik (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	72
4.4.2 Pengaruh Keandalan (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	73
4.4.3 Pengaruh Daya Tanggap (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	73
4.4.4 Pengaruh Jaminan (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	74
4.4.5 Pengaruh Empati(X5) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	75
4.4.6 Pengaruh Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2) Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	75
BAB V KESIMPULAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Implikasi	77
5.3 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Antara Peneliti Terdahulu dan Peneliti Sekarang.....	14
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3	Deskripsi Variabel Bukti Fisik (X1)	52
Tabel 4.4	Deskripsi Variabel Keandalan (X2)	53
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Daya Tanggap (X3)	54
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Jaminan (X4)	55
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Empati	56
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Bukti Fisik (X1)	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Keandalan (X2)	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Daya Tanggap (X3)	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Jaminan (X4)	60
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Empati (X5)	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Kepuasan konsumen (Y)	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabelitas	62
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolonieritas	64
Tabel 4.18	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.20	Koefisien Determinasi (R ²)	68
Tabel 4.21	Uji t Parsial	69
Tabel 4.22	Uji F	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
 - Kuesioner Google Formulir
 - Tabel Deskripsi Responden
 - Tabel Deskripsi Variabel
- Lampiran 2. Uji Validitas
 - Uji Reliabelitas
- Lampiran 3. Uji Normalitas
 - Uji Multikolinieritas
 - Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 4. Uji Regresi Linier Berganda
 - Uji t
 - Uji F
 - Uji Koefisien Determinasi

ABSTRACT

*This study entitled *The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction In Fifgroup In Lumajang* with the aim of knowing and analyzing the effect of service quality consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and partial empathy on consumer satisfaction at FIFGROUP Yosowilangun Branch Lumajang Regency and to find out and analyzing the effect of service quality consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy simultaneously on customer satisfaction at FIFGROUP Yosowilangun Branch Lumajang Regency. The number of samples in this study was 60 using purposive sampling technique. purposive sampling is a sampling technique using certain criteria. The testing and analysis used in this research is the data instrument test which includes the validity test and reliability test, and the classical assumption test which includes the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination and hypothesis testing which includes testing *t* and *F* test. And the results of this study: 1.) There is no effect of physical evidence on customer satisfaction at FIFGROUP Lumajang 2.) There is no effect of reliability on customer satisfaction at FIFGROUP Lumajang 3.) There is no effect of responsiveness on customer satisfaction at FIFGROUP Lumajang 4.) There is a guarantee effect on customer satisfaction at FIFGROUP Lumajang Branch 5.) There is no influence of empathy on customer satisfaction at FIFGROUP Lumajang. Suggestions from this study to further improve customer satisfaction need to increase again from employees in the company in serving consumers because these employees interact directly with consumers, especially in punctuality as well. So that it will make consumers satisfied and not hesitate to use the company's services again.*

Keywords : Service Quality Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi terdapat banyak perubahan dalam perekonomian masyarakat serta dari strategi yang di jalankan setiap perusahaan khususnya dibidang *leasing* yang begitu banyak diminati oleh masyarakat, apalagi dimasa pandemic seperti sekarang ini. Banyak dari masyarakat saat ini yang begitu terdesak dari segi keuangan dan apalagi yang bekerjapun banyak yang di PHK sehingga masyarakat sekarang tidak ada pilihan lagi selain untuk berwirausaha mandiri dirumah. Akan tetapi yang menjadi permasalahannya adalah modal untuk membuka usaha itu sendiri. Sehingga dalam hal ini sangatlah pas keberadaan perusahaan *leasing* dapat membantu masyarakat meminjamkan modal dengan jaminan tertentu dan termasuk FIFGROUP salah satu perusahaan *leasing* ternama.

Lumajang termasuk tempat yang dimana masyarakatnya banyak yang bekerja di kantor maupun menjadi seorang petani. Tingkat perekonomian sangat penting bagi setiap masyarakat yang membutuhkan biaya hidup masing - masing. Perlu diketahui dalam perekonomian pasti lebih mempertahankan untuk mencukupi kebutuhan mereka dan setiap rumah tangga juga berfokus dalam biaya untuk menyekolahkan bagi setiap yang mempunyai tanggungan termasuk anak mereka. Dan kendala dalam biaya hidup mereka juga untuk kebutuhan hidup mereka. Banyak yang bergerak dalam bidang *leasing* bukan

hanya FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang saja. Dalam pelayanan yang dapat memuaskan sebuah pelanggan atau konsumen untuk menjaga sebuah kepercayaan. Dalam perkembangan menghadapi persaingan yang semakin ketat termasuk dalam perusahaan jasa, harus bersaing dalam masalah kualitas. Kualitas juga mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen juga merupakan suatu hal terpenting untuk menarik pelanggan di masa sekarang ini. Kepuasan konsumen tersebut juga sangat dibutuhkan bagi perusahaan – perusahaan terutama pada bidang *leasing* dimana untuk daya tarik konsumen diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga mendapatkan kepuasan langsung dari konsumen. Pada saat ini jasa *leasing* menjadi sangat ketat dalam bersaing semakin ketat karena setiap perusahaan meningkatkan kualitas dalam pelayanan untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Brand FIFGROUP sendiri tidak asing didengar masyarakat sekitar terutama di daerah kecamatan Yosowilangun kabupaten Lumajang yang dapat memberikan solusi pinjaman dana dengan jaminan yaitu BPKB sepeda motor ataupun mobil. Maka dari itu seorang konsumen pasti membandingkan antara persepsi terhadap pelayanan perusahaan dengan kelima dimensi kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan. Diantaranya bukti fisik seperti tempat parkir dan ruang tunggu, keandalan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dan terpercaya, daya tanggap karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, jaminan yaitu konsumen merasa aman

dalam melakukan pinjaman dana, empati karyawan yang penuh perhatian terhadap konsumen. Dengan adanya kemajuan teknologi pun menjadikan konsumen untuk menjangkau lebih luas dalam kebutuhan termasuk dalam biaya kehidupan, maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk memenangkan dalam bersaing. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen maka sudut pandang yang di dapatkan perusahaan akan termasuk sebagai nilai tambah. Kualitas pelayanan juga dapat perhatian besar bagi perusahaan karena kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan persaingan dan keuntungan perusahaan sehingga diperlukan tepat untuk memenangkan persaingan pasar. Kepuasan konsumen juga menentukan keberhasilan dalam pemasaran, munculnya kekecewaan dapat memicu kehancuran sebuah perusahaan. Dalam mempertahankan pelanggan harus menjaga kualitas perusahaan terutama dalam pelayanan.

Meskipun demikian FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang harus tetap aktif dalam menjaga kepercayaan konsumen, untuk itu FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang tetap memiliki tugas penting terutama bagi pihak manajemen agar terus berupaya mengombinasikan keunggulan-keunggulan untuk terus dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan konsumennya. Pesaing dari bank Mandiri, BRI, dan Bank Jatim dari banyaknya perusahaan terutama FIFGROUP ini memiliki point bagi masyarakat yaitu dalam pencairan dana sangat begitu cepat kurang lebih sampai dua hari sehingga dari semua

perusahaan yang sama bergerak dalam bidang *leasing*. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan pada diri konsumen agar kualitas perusahaan juga terjaga dalam kenyamanan konsumen.

Perusahaan yang bergerak dalam bidang *leasing* berupaya untuk memuaskan sebuah konsumen lama ataupun baru. Maka setiap perusahaan harus memaksimalkan kinerja lapangan untuk mendapatkan suatu keberhasilan atau terwujudnya sebuah kesuksesan dalam persaingan pasar. Kemenangan atau tidaknya suatu persaingan tergantung pada kepuasan konsumennya. Memberikan kualitas pelayanan yang baik adalah suatu motivasi bagi karyawan maupun perusahaan dalam mempertahankan konsumennya yang artinya konsumen tersebut sangat puas terhadap pelayanan yang di berikan oleh perusahaan. Dari segi ekonomi setiap orangpun harus terjaga maka kebutuhan setiap rumah tangga terutama di daerah Yosowilangun kabupaten Lumajang kebanyakan masyarakat mempunyai BPKB untuk dijadikan jaminan. Dari setiap perusahaan pasti berfikir keras untuk menonjolkan suatu kualitas termasuk dalam pelayanan untuk konsumen agar konsumen dapat merekomendasikan produknya termasuk jasa *leasing* ini agar meningkatkan suatu target setiap perusahaan agar perusahaan dapat dipercaya di setiap tempat manapun. Maka terbentuklah kualitas pelayanan yang harus di tingkatkan kembali. Dalam Zeithaml dkk, 2009:111 (dalam jurnal Apriyani 2017:3) mengukur dimensi dalam kualitas pelayanan, yaitu: *Tangible* (Bukti

Langsung) Meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai dan material yang dipasang. *Reliability* (Keandalan) Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. *Responsiveness* (Daya Tanggap) Kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. *Assurance* (Jaminan) Pengetahuan, sopan santun, dan kemauan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. *Empathy* (Empati / kepedulian) Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam peta persaingan industri pada bidang *leasing* semakin ketat dan menuntut perusahaan berpikir lebih keras untuk menghadapi persaingan dalam bidang pemasaran yang berpengaruh terhadap konsumen. Dengan adanya masalah ini peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di salah satu perusahaan pembiayaan yaitu FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang?

2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih luas lagi dan sebagai media penerapan teori manajemen yang didapat selama kuliah di STIE Mandala Jember.
2. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain dan sebagai bahan tambahan dokumentasi teori maupun kasus manajemen pemasaran yang terkait dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan perusahaan dalam menetapkan kebijakan strategi dibidang pemasaran untuk mengembangkan perusahaan tersebut.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang jauh dari tujuan penelitian, maka akan dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2020 sampai Januari 2021.
2. Penelitian ini berfokus pada FIGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
3. Penelitian ini berfokus pada Kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. **Rustika Atmawati dan M. Wahyudi, 2004**, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor fisik bukti (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) sejauh mana hubungannya dengan kepuasan konsumen pada Matahari Department Store di Solo Grand Mall. Data dan sumber data menggunakan data primer yang bersumber dari responden melalui jawaban kuisisioner. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuisisioner, yaitu melalui penyebaran alat ukur kepada konsumen Matahari Departmen Store di Solo Grand Mall. Populasi dalam penelitian berjumlah 1.000 konsumen. Sampel yang diambil berjumlah 100 orang. Teknik Pengambilan sampel secara sederhana dilakukan secara *random sampling*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi logistik biner (*regression logistic binary*), Uji ketepatan model regresi, Uji koefisien regresi, Uji ekspektasi B.
2. **Ari Prasetyo, 2012**, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI Cabang Semarang”. Tujuan

penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TIKI Cabang Semarang secara parsial dan simultan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS release 17. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental random sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sejumlah 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu Uji normalitas, Uji multikolinieritas, Uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji T) dan Uji simultan (uji F).

3. **Selvi Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusuma, 2013,** “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan; (2) pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Perusahaan; (3) pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan; (4) pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Citra Perusahaan; (5) pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan; (6) pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian yang

digunakan adalah penelitian penjelasan (eksplanatory reseach) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 112 orang responden yang menginap di Hotel Pelangi Malang minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif, dan analisis jalur (*path analysis*).

4. **Inka Jenita Sembiring, Suharyono dan Andriyani Kusumawati, 2014,** “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatoryresearch*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 116 responden yang merupakan Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang dengan menggunakan teknik *purposivesampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (*PathAnalysis*).
5. **Johanes Gerardo Runtuuwu, Sem Oroh dan Rita Taroreh, 2014,** “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden dari jumlah populasi sebanyak 4.500. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, interview dan kuisioner. Analisis data yang digunakan yaitu Uji validitas, Uji reabilitas, Uji asumsi klasik, Analisis regresi linier berganda, Analisis koefisien korelasi (r) dan koefisien determinasi (R), Pengujian hipotesis yaitu Uji F dan Uji T.

6. **Kusuma Wijayanto, 2015**, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Jateng Syariah Cabang Surakarta”. Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang terdiri dari dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji statistik regresi linier berganda sedangkan menggunakan uji t dan uji F dan uji-R².
7. **Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati, 2016**, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada JNE Cabang Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian

ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah *non probability sampel* yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang. Pengumpulan data yang digunakan yaitu studi pustaka, studi lapangan dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Analisis deskriptif, Analisis regresi linier berganda, Pengujian hipotesis yaitu pengujian secara simultan (Uji F) dan pengujian secara parsial (Uji T), serta Analisis koefisien determinasi (R^2).

8. **Prajawantoro dan Ni Dewa Ayu Dwi Susanti, 2016**, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. ADIRA Dinamika Multi Finance Cabang Lampung Mobil”. Metode penelitian ini yaitu penelitian lapangan dan kepustakaan, disain penelitiannya merupakan penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisisioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen dengan sampelnya sebesar 100 konsumen. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif dengan alat regresi berganda.
9. **Dwi Aliyyah Apriyani dan Sunarti, 2017**, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffee Shop Sidoarjo*)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepuasan konsumen secara bersama-sama maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di *The Little A Coffee Shop*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dan Uji koefisien determinasi (R^2).

10. **Hari Suprayogi, Kusnanto Darmawan dan Kasno, 2019**, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Lumajang (Studi Kasus Pada Pelanggan Pasang Baru Rumah Tangga Daya 900 Va)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui secara parsial maupun simultan signifikan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *ansurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Lumajang. Sampel yang diambil adalah sebanyak 60 orang atau responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, dan Teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu Uji instrumen, Uji asumsi dasar, Analisis linier berganda, Uji Hipotesis dan Koefisien determinasi.

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Antara Peneliti Terdahulu dan Peneliti Sekarang

No	Peneliti /Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Atmawati, Rustika (2004)	Hasil analisis regresi binary logistic diperoleh bahwa variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen • Variabel dependen 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengambilan sampel <i>random sampling</i> • Objek penelitian • Tahun penelitian
2.	Prasetio, Ari (2012)	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Metode analisis data analisis linier berganda • Variabel dependen 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen • Tahun penelitian • Teknik pengambilan sampel <i>accidental random sampling</i>
3.	Normasari, Selvi dkk (2013)	Kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis data yaitu uji validitas dan uji realibilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> • Analisis data yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (<i>path analysis</i>) • Variabel independen • Variabel dependen

No	Peneliti/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
4.	Sembiring, Inka dkk (2014)	Kualitas produk secara langsung terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengambilan sampel <i>purposivesampling</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis data yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (<i>PathAnalysis</i>) • Variabel dependen • Variabel independen • Tahun penelitian
5.	Runtunuwu, Johannes dkk (2014)	Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna Café dan Resto Cabana Manado.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen • Analisis data yaitu analisis linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen • Tahun penelitian
6.	Wijayanto, Kusuma, (2015),	Bahwa variabel bukti fisik dan ketanggapan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel independen • Analisis data yaitu analisis linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen • Teknik pengambilan sampel <i>accidental sampling</i> • Tahun penelitian

No	Peneliti/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
7.	Panjaitan, Januar (2016)	variabel empati sudah baik dan bernilai lebih dalam menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga sebaiknya empati yang telah dimiliki JNE dipertahankan.	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis data yaitu analisis linier berganda • Variabel independen • Variabel dependen 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengambilan sampel <i>non probability sampel</i> • Tahun penelitian
8.	Prajawantoro (2016)	Variabel daya tanggap (responsiveness) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel dependen • Variabel independen • Analisis data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tahun penelitian • Objek berbeda
9.	Apriyani, Dwi (2017)	Secara parsial variabel-variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis data yaitu analisis linier berganda • Variabel dependen • Variabel independen 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengambilan sampel <i>Accidental Sampling</i> • Tahun penelitian

No	Peneliti/Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
10.	Suprayogi, Hari dkk (2019)	kepuasan pelanggan menunjukan bahwa secara parsial tangible tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelangga	<ul style="list-style-type: none"> • Metode analisis data yaitu analisis linier berganda • Variabel dependen • Variabel independen 	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik pengambilan sampel <i>Probability Sampling</i> dan <i>Simple Random Sampling</i> • Objek penelitian • Tahun penelitian

Persamaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan variabel independen dan dependennya sama yaitu Rustika Atmawati, Januar Efendi Panjaitan, Prajawantoro, Dwi Aliyyah Apriyani, Hari Suprayogi dkk. Teknik pengambilan sampel *purposivesampling* yang sama yaitu Inka Jenita Sembiring dkk. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu pesaing bank negeri sedangkan peneliti ini bank swasta untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan untuk mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller 2009:6).

2.2.2 Klasifikasi Jasa

Menurut Tjiptono (2019:105), Jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan beragam kriteria, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri dari dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible actions* dan *intangible actions*) sedangkan sumbu horizontalnya merupakan penerima jasa (manusia dan benda).

2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (status keanggotaan dan hubungan temporer). Sedangkan sumbu horizontalnya sifat penyampaian jasa (penyampaian secara berkesinambungan/kontinu dan penyampaian diskrit).

3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa.

Jasa diklasifikasikan berdasarkan dua sumbu utama, yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individual (tinggi dan rendah) dan tingkat kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah).

4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa

Jasa diklasifikasikan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, di mana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti dan permintaan puncak biasanya melampaui penawaran). Sedangkan sumbu horizontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah).

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, di mana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa; perusahaan jasa mendatangi pelanggan; serta perusahaan jasa melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik). Sedangkan sumbu horizontalnya adalah ketersediaan outlet jasa (*single site* dan *multiple site*).

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Dalam kualitas pelayanan yang dimana dalam suatu tolak ukur pendekatan kepada konsumen sebagai harapan untuk menjadikan kepercayaan konsumen kepercayaan penuh pada perusahaan. Tjiptono, 2002 (dalam jurnal Prajawantoro, 2016:104) kualitas pelayanan merupakan konsep yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud, bervariasi, tidak tahan lama, serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan. Tjiptono, 2008:59 (dalam jurnal Rentunuwu dkk, 2014:1805)

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kotler dalam Alma, 2007:286 (dalam jurnal Panjaitan, 2016:266), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono, 2007 (dalam jurnal Panjaitan, 2016:266), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya menurut Tjiptono, 2007 (dalam jurnal Panjaitan, 2016:266), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang sangat berkualitas berperan sangat penting dalam membentuk kepuasan sebuah konsumen, selain itu juga sangat erat kaitannya dalam menciptakan suatu keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas sebuah pelayanan yang ditunjukkan bagi perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Kualitas memiliki suatu dorongan kepada pelanggan yang berhubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka yang panjang hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan pelanggan dengan kebutuhannya. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan

meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan menurut Tjiptono, 1996 (dalam jurnal Atmawati, 2004:55). Kualitas layanan menurut pendapat Parasuraman, et al. (dalam jurnal Normasari, 2013:3) merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk mencapai sebuah keinginan atau harapan pelanggan.

Parasuraman et al., 1998 (dalam jurnal Darmawan, 2018:20) bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi sebagai berikut :

1. Reliability/Kehandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

2. Assurance/Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena

melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

3. Tangible/Bukti langsung

Tangible merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.

4. Emphaty/Empati

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan

informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

5. Responsiveness/Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pernyataan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

2.2.4 Hal-hal yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Beberapa hal yang juga mempengaruhi kualitas pelayanan adalah:

1. Konsep strategi

Perusahaan yang baik sudah mengetahui sasaran yang mereka tuju dan memahami kebutuhan pelanggan yang akan mereka penuhi. Strategi memuaskan konsumen ini akan menciptakan pelanggan yang setia kepada mereka.

2. Menetapkan standar pelayanan yang tinggi

Perusahaan yang baik juga akan menetapkan standar pelayanan yang cukup tinggi untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang prima.

3. Sistem pengawasan pelayanan

Perusahaan yang baik selalu memeriksa kualitas pelayanannya maupun kualitas pelayanan pesaing.

4. Sistem untuk menanggapi keluhan pelanggan

Perusahaan yang baik harus menerapkan suatu sistem guna menampung dan menanggapi keluhan yang berasal dari pelanggan sebagai konsumen setia.

5. Memberikan kepuasan dan hubungan baik kepada karyawan.

Perusahaan yang baik harus memberikan kepuasan kepada karyawan dan hubungan kerja yang baik sehingga akan membangkitkan semangat

2.2.5 Kepuasan Pelanggan / Konsumen

Kepuasan konsumen adalah menunjukkan perasaan yang tidak mengecewakan konsumen yang dibandingkan dengan sebuah kinerja produk yang dirasakan dengan suatu harapan. Kotler dan Keller, 2009:138 (dalam jurnal Runtunuwu, 2014:1805) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang di pikirkan terhadap kinerja atau hasil yang di harapkan. Menurut Kotler, 2007:177 (dalam jurnal Prajawantoro, 2016:106) : “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang”. Menurut Leon Schiffman, 2008 (dalam jurnal Darmawan, 2018:21) bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Tujuan semua pemasaran haruslah untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan. Para pemasar harus memberikan produk yang sangat baik untuk menciptakan pelanggan yang puas terhadap produk dari perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang dan jasa apa yang diharapkan pelanggan sesuai dengan kenyataan yang didapat menurut Kasmir, 2017:236 (dalam jurnal Suprayogi, 2019:415). Apabila dalam suatu kepuasan yang akan diharapkan pelanggan yang tinggi sementara pelayanan yang dilakukan sebuah perusahaan

tidak memenuhi harapan maka kepuasan tidak tercapai bahkan akan cenderung menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan, dengan sendirinya pelanggan akan menceritakan kekecewaan tersebut kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya. Mempertahankan pelanggan berarti mengharapkan pelanggan untuk melakukan tindakan ulang atas pembelian jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul sewaktu-waktu. Menurut Kotler, 2009:138 (dalam jurnal Sembiring, 2014:4) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang banyak jika memberi kepuasan pada pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas maka akan menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, dan menciptakan suatu dasar yang baik untuk pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian menurut Rangkuti, 2002 (dalam jurnal Atmawati, 2014:55). Menurut Park (dalam jurnal Normasari, 2013:3) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan dapat diartikan sebagai perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima

konsumen dengan sebuah harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima setidaknya harus sama dengan harapan konsumen, ataupun bahkan selebihnya.

2.2.6 Hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen/pelanggan

Hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu :

1. Kualitas Produk

Menurut Handi Irawan (2007): “Kualitas Produk adalah barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar dengan mengunggulkan kualitas yang dimiliki”.

2. Harga

Menurut Alex S. Nitisemito (1996; 55): “Harga adalah nilai suatu barang/jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang/perusahaan bersedia melepas barang/jasa yang dimiliki kepada pihak lain”.

3. Pelayanan (Service)

Pelayanan yang berhubungan dengan aktivitas pemasaran secara keseluruhan. Menurut Basu Swasta (1996; 101): “Jasa/pelayanan adalah kegiatan, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual”.

4. Emotional

Menurut Handi Irawan (2007): “Emotional adalah kepuasan seseorang yang akan menghasilkan rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya”.

5. Kemudahan

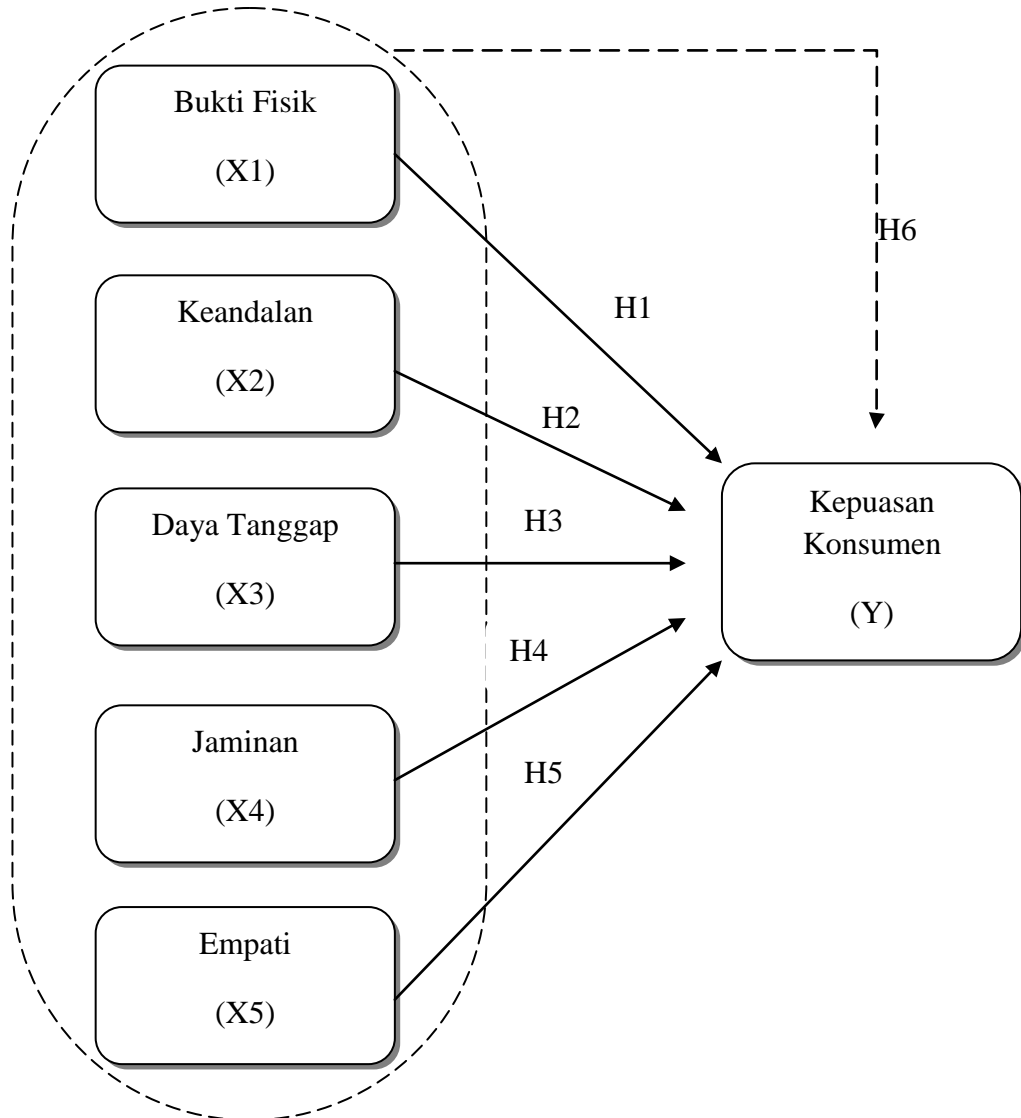
Menurut Handi Irawan (2007): “Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan pelayanan”.

2.2.7 Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang. Upaya membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut (Kotler,2009). Seorang dapat dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh badan usaha.

Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu, apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi sebagai seorang pembeli atau konsumen. Loyalitas pelanggan juga ditunjukkan dengan kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi, tidak tergoda untuk mencoba produk perusahaan pesaing, mau mencoba produk yang baru serta bersedia merekomendasikan orang-orang yang dikenalnya untuk membeli produk perusahaan.

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

—————> : pengaruh secara parsial

- - - - -> : pengaruh secara simultan

Dari kerangka konseptual diatas menggambarkan bukti fisik (X1) pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), keandalan (X2) pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), daya tanggap (X3) pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), jaminan (X4) pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y), dan empati (X5) pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Keseluruhan pengaruh secara simultan antara variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) terhadap kepuasan (Y).

2.4 Hipotesis

Menurut Prof. Dr. S. Nasution, Hipotesis adalah dugaan tentang apa yang kita amati dalam upaya untuk memahaminya. (Nasution, 2000). Dari hasil kajian teori penelitian terdahulu yang relevan, rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas maka dapat dibuat sebuah hipotesis untuk penelitian ini, yaitu :

1. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan , Ai Lili Yulianti (2016) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung” Terdapat pengaruh secara signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung. Penelitian yang dilakukan Kusuma Wijayanto (2015) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank jateng syariah pada cabang Surakarta” dapat dilihat bahwa variabel bebas yang terdiri dari

variabel bukti fisik berpengaruh signifikan artinya semakin tinggi kualitas pelayanan masing-masing dimensi maka kepuasan nasabah semakin meningkat.

H₁ : Diduga bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada FIFGRUOP cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang

2. Pengaruh keandalan terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan Hari Suprayogi, Kusnanto Darmawan, Kasno (2019) dengan judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Lumajang (Studi Kasus Pada Pelanggan Pasang Baru Rumah Tangga Daya 900 Va)” Pengaruh *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh *reliability* yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Lumajang. Penelitian yang dilakukan oleh Prajawantoro, Ni Dewa Ayu Dwi Susanti (2016) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. ADIRA dinamika multi finance cabang Lampung mobil” Variabel keandalan yang diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

H₂: Diduga keandalan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada FIFGRUOP cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang

3. Pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aliyyah Apriyani, Sunarti (2017) dengan judul dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo)” Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh signifikan yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Prajawantoro, Ni Dewa Ayu Dwi Susanti (2016) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. ADIRA dinamika multi finance cabang Lampung mobil” menyatakan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

H₃: Diduga daya tanggap berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada FIFGRUOP cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

4. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Prajawantoro, Ni Dewa Ayu Dwi Susanti (2016) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. ADIRA dinamika multi finance cabang Lampung mobil” menyatakan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Penelitian yang dilakukan oleh Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin (2004) dengan judul “analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada matahari *departement store* di Solo *grand mall*” variabel empati mempunyai pengaruh yang lebih

besar (nilai $\text{Exp (B)} = 2,489$) terhadap kepuasan konsumen dibandingkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel empati memberikan kontribusi yang paling besar dibandingkan variabel lain.

H₄: Diduga jaminan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada FIFGRUOP cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

5. Pengaruh empati terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan, Ai Lili Yulianti (2016) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung” Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.021 < 0.05$. penelitian yang dilakukan oleh Prajawantoro, Ni Dewa Ayu Dwi Susanti (2016) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. ADIRA dinamika multi finance cabang Lampung mobil” Untuk variabel empati (empathy) diperoleh nilai t hitung = 3,130 dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Nilai t tabel dengan $df = n-k-1 = 100-5-1 = 94$ dengan diperoleh nilai t sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh t hitung $(3,130) > t \text{ tabel } (1,661)$ yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa perhatian (emphaty) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

H₅: Diduga empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada FIFGRUOP cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

6. Pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh Hari Suprayogi, Kusnanto Darmawan, Kasno (2019) dengan judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Lumajang (Studi Kasus Pada Pelanggan Pasang Baru Rumah Tangga Daya 900 Va)” secara simultan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Lumajang (Studi Kasus Pada Pelanggan Pasang Baru Rumah Tangga Daya 900 Va).

H₆: Diduga bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada FIFGRUOP cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Singkat Objek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini yaitu sebuah perusahaan yang membiayai investasi, pembiayaan modal kerja, pembiayaan multiguna, sewa operasi (operasting lease), pembiayaan syariah meliputi pembiayaan jual beli, pembiayaan investasi dan pembiayaan jasa yang dilakukan dengan menggunakan akad berdasarkan prinsip syariah. FIFGROUP bertempat dijalan Sukartyo Dusun Krajan Rt01 Rw01 Desa Yosowilangun Kidul Kecamatan Yosowilangun Kabuoaten Lumajang. FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang ini memiliki visi dan misi yaitu visi pemimpin industri yang dikagumi secara nasional dan misi membawa kehidupan yang lebih baik untuk masyarakat. Menegenaik struktur organisasi terdiri dari UH (*Unit Head*), Kasir, CS (*Customer Service*), MCE (*Marketing Credit Executive*).

3.2 Populasi dan Sempel

3.2.1 Populasi

Menurut Ferdinand, 2006:223 (dalam jurnal Prajawantoro, 2016:109) Populasi, ialah gabungan seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen FIFGROUP

Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang yang pernah atupun baru. Data sekarang yang terdapat di sistem berjumlah 457 konsumen.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiono, 2006:91 (dalam jurnal Prajawantoro, 2016:109) Sampel, adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Purposive sampling menurut Arikunto (2006) adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Adapun pertimbangannya adalah sebagai berikut :

1. Konsumen pernah membeli jasa di FIFGROUP Yosowilangun memilih jaminan BPKB sepeda motor.
2. Pembiayaan kredit sepeda motor baru.

Dalam Sugiono (2012:91) menyarankan tentang ukuran sampel bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dengan variabel penelitian ada 5, jadi jumlah anggota sampel = $12 \times 5 = 60$. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 orang.

3.3 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan assosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono, 2013:11 (dalam

jurnal Darmawan, 2018:22). Penelitian assosiatif merupakan suatu penelitian yang mempunyai tujuan yaitu mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Sedangkan kausal merupakan hubungan dari sebab akibat. Penelitian ini didasarkan pada perhitungan-perhitungan statistik sebagai dasar analisis.

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti, mempunyai variasi antara satu dan lainnya dalam kelompok tersebut menurut Sugiyono, 1997 (dalam jurnal Prasetio, 2012:3) Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen menurut Umar, 2002 (dalam jurnal Prasetio, 2012:3). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik (X1), Keandalan(X2), Daya Tanggap(X3), Jaminan (X4) dan Empati(X5).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen menurut Umar, 2002 (dalam jurnal Prasetio, 2012:3). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y).

3.5 Definisi Operasi Variabel Penelitian

3.5.1 Bukti Fisik

Bukti Langsung (Tangible), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas restoran, desain restoran, dan kerapian penampilan karyawan menurut Zeithaml dkk, 2009:111 (dalam jurnal Apriyani, 2017:3).

Bukti Fisik, Menurut Lupiyoadi, 2006 (dalam jurnal Tjiptono, 2014) seorang dapat dilihat dan dinilai dari beberapa indikator sebagai berikut :

1. Fasilitas Fisik
2. Penampilan Pegawai
3. Perlengkapan dan Peralatan

3.5.2 Keandalan

Menurut Zeithaml dkk, 2009:111 (dalam jurnal Apriyani, 2017:3) Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa restoran, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat.

Menurut Lupiyoadi, 2006 (dalam jurnal Tjiptono, 2014) mengemukakan secara umum indikator keandalan, yaitu:

1. Pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan
2. Sikap yang simpatik
3. Ketepatan waktu

3.5.3 Daya Tanggap

Dalam jurnal Tjiptono (2014) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Mengemukakan indikator sebagai berikut

1. Pelayan yang cepat dan tepat
2. Pemberian informasi yang jelas

3.5.4 Jaminan

Menurut Zeithaml dkk, 2009:111 (dalam jurnal Apriyani, 2017:3) Jaminan (Assurance), yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa restoran kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin.

Indikator – indikator jaminan menurut Lupiyoadi, 2006 (dalam jurnal Tjiptono, 2014) diantaranya:

1. Kredibilitas
2. Keamanan
3. Sopan santun

3.5.5 Empati

Kepedulian/ Empati (Empathy), yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen menurut Zeithaml dkk, 2009:111 (dalam jurnal Apriyani, 2017:3).

Yang menjadi indikator – indikator empati menurut Menurut Lupiyoadi, 2006 (dalam jurnal Tjiptono, 2014) adalah sebagai berikut:

1. Perhatian secara personal
2. Memahami kebutuhan secara spesifik
3. Memiliki waktu pengoperasian pelayanan yang aman dan nyaman bagi konsumen.

3.5.6 Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller, 2007:177 (dalam jurnal Apriyani 2017:3) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”. Menurut Tjiptono, 2012:301 (dalam jurnal Apriyani, 2017:3) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik

Menurut Tjiptono, 2002 (dalam jurnal Tjiptono 2014), beberapa indikator kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan

2. Minat pembelian ulang
3. Kesiediaan untuk merekomendasikan

3.6 Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk menggali informasi dari responden yang dibutuhkan untuk penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- b. Kuesioner, adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada konsumen.
- c. Studi pustaka, yang berhubungan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan dalam penelitian.

3.7 Sumber Data

Data merupakan hasil dari sebuah pengukuran dalam suatu pengamatan suatu variabel yang bentuknya berupa kata-kata maupun berupa angka. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang diambil dari responden.

- a. Data primer

Sumber data pertama dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diambil dari sumber pertama menurut Umar, 2002 (dalam jurnal Prasetio 2012). Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini

melalui kuesioner dan wawancara. Sumber data melalui kuesioner yang diisi oleh responden meliputi karakteristik responden dan hasil jawaban pernyataan kuesioner.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain menurut Umar, 2002 (dalam jurnal Prasetio 2012). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini melalui studi pustaka, penelitian terdahulu, dan buku.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen Data

1. Uji validitas

Instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur menurut Ferdinand, 2006 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:109).

rumus :

$$r_{xy} = \frac{n(n\sum xy - (\sum x \sum y))}{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien Korelasi

y= Total Skor

x= Total skor butir/pertanyaan dan

n = Jumlah Responden, dengan *degree of freedom* (df) = (n-2) dan alpha = 0,05.

Dasar pengambilan keputusannya yaitu variabel dikatakan valid jika r hitung positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$, variabel dikatakan tidak valid jika r hitung tidak positif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ menurut Imam, 2007 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:109-110).

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrumen pengukuran adalah konsistensi, atau tidak berubah-ubah menurut Sugiyono, 2004 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:110).

Rumus umumnya adalah sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{ii} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha_b^2$ = Jumlah varian butir

α_t^2 = Varian total

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach* Alpha > 0,60 menurut Ghozali, 2007 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:110).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Agar model analisis regresi yang digunakan dapat menjadi penaksiran yang baik dan tidak biasa, maka diuji dengan uji ekonometrika, yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal menurut Ghozali, 2005 (dalam jurnal Prasetio 2012:3). Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-*

Smirnov (K-S). Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka data residual berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut: Dari tampilan grafik histogram dan grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal dan pada grafik normal P-P plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hasil tersebut maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) menurut Ghozali, 2005 (dalam jurnal Prasetio 2012:4). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan mencari besarnya *Variance Infaction Factor (VIF)* dan nilai *Tolerancenya*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerancenya* lebih dari 0.10 maka regresi bebas dari multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS release 17.0 adalah nilai Tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* juga

menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak ada multikolonieritas antar variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain menurut Ghozali, 2005 (dalam jurnal Prasetio 2012:4). Heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan uji glejser dengan menguji tingkat signifikannya. Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai *absolute unstandardized* residual sebagai variabel dependen. Apabila hasil uji diatas level signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan rumus regresi linier berganda menurut Sugiyono, 2006:261 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:110), yaitu:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan pelanggan

a = Konstanta

b_1X_1 = Koefisien regresi Bukti Fisik

b_2X_2 = Koefisien regresi keandalan

b_3X_3 = Koefisien regresi Daya Tanggap

b_4X_4 = Koefisien regresi Jaminan

b_5X_5 = Koefisien regresi Empati

e = Error.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen menurut Ghozali, 2007 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:110).

3.8.3 Uji Hipotesis

1. Uji Pengaruh Parsial (uji t)

Menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen

menurut Ghozali, 2007 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:111). Hipotesis setatistiknya yaitu: $H_0 : b = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen). $H_1 : b > 0$ (ada pengaruh positif antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen). Dasar pengambilan keputusan dapat dengan dua cara: dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Apabila t hitung $>$ t tabel, maka ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y . (H_0 ditolak dan H_1 diterima) Apabila t hitung $<$ t tabel, maka tidak ada pengaruh antara variabel X masing-masing dengan variabel Y . (H_1 diterima dan H_0 ditolak).

2. Uji Pengaruh Simultan (uji F)

Digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Kriteria untuk menguji hipotesis adalah menurut Ghozali, 2007 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:110-111). Perumusan hipotesisnya yaitu: $H_0 : b = 0$: tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. $H_1 : b > 0$: ada pengaruh positif antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Menentukan F tabel dan F hitung, dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka: (1) Apabila F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. (2)

apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 di terima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini menggunakan responden pelanggan FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Adapun metode sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Data diperoleh melalui penyebaran kuisisioner menggunakan google form. Responden diminta untuk memilih satu alternative dari beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti juga mendistribusikan kuisisioner dalam jangka waktu 1 bulan. Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap 60 responden sebagai objek penelitian, diperoleh beberapa karakteristik umum responden yang meliputi usia dan jenis kelamin.

Dalam penelitian ini, gambaran objek penelitian dibagi berdasarkan berbagai unsur-unsur, yaitu :

1. Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang berusia 26 tahun sampai 35 tahun dengan prosentase 55% memiliki tingkat prosentase paling tinggi. Sedangkan usia ≥ 46 tahun prosentase 3,3%, memiliki tingkat prosentase paling rendah di

asumsikan bahwa pelanggan pada usia tersebut rentan dalam pembayaran jaminan.

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Kategori	Jumlah	Prosentase
1	17 – 25 tahun	15	25 %
2	26 – 35 tahun	33	55 %
3	36 – 45 tahun	10	16,6 %
4	≥ 46 tahun	2	3,3 %
	Jumlah	60	100%

Sumber data : Lampiran 1

2. Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari jumlah responden sebesar 60 orang. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 45 responden prosentase 75 %, sedangkan perempuan sebanyak 15 responden prosentase 25%.

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kategori	Jumlah	Prosentase
1	Laki – Laki	45	75 %
2	Perempuan	15	25 %
	Jumlah	60	100%

Sumber data : Lampiran 1

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Variabel Bukti Fisik

Dalam rangka untuk mengetahui mengenai Bukti Fisik di FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang, digunakan 3 pernyataan

yang diambil dari indikator Bukti Fisik itu sendiri dengan pemberian skor 1 sampai 5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Bukti Fisik

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X1.1	0	0	12	29	19	60
2	X1.2	0	1	5	33	21	60
3	X1.3	0	1	12	29	18	60

Sumber data : Lampiran 1

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4.3 diketahui bahwa hasil jawaban responden sebagai berikut :

Pada pernyataan variabel X1.1 sebanyak 29 reponden lebih banyak memilih untuk setuju, untuk X1.2 sebanyak 33 responden juga lebih banyak memilih untuk setuju dengan pernyataan yang diajukan, dan pada pernyataan X1.3 sebanyak 29 reponden juga lebih banyak memilih setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Namun pada variabel bukti fisik ada juga responden yang memilih sangat setuju dan ragu-ragu walaupun lebih banyak condong ke arah setuju.

2. Deskripsi Variabel Keandalan

Dalam rangka untuk mengetahui mengenai Keandalan di FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang, digunakan 3 pernyataan yang diambil dari indikator Keandalan itu sendiri dengan pemberian skor 1 sampai 5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Keandalan

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X2.1	0	0	13	29	18	60
2	X2.2	0	3	15	24	18	60
3	X2.3	0	1	15	28	16	60

Sumber data : Lampiran 1

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4.4 diketahui bahwa hasil jawaban responden sebagai berikut :

Pada pernyataan variabel X2.1 sebanyak 29 reponden lebih banyak memilih untuk setuju, untuk X2.2 sebanyak 24 responden juga lebih banyak memilih untuk setuju dengan pernyataan yang diajukan, dan pada pernyataan X2.3 sebanyak 28 reponden juga lebih banyak memilih setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Namun pada variabel keandalan ada juga responden yang memilih sangat setuju, ragu-ragu dan tidak setuju walaupun lebih banyak condong ke arah setuju.

3. Deskripsi Variabel Daya Tanggap

Dalam rangka untuk mengetahui mengenai Daya Tanggap di FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang, digunakan 2 pernyataan yang diambil dari indikator Daya Tanggap itu sendiri dengan pemberian skor 1 sampai 5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Daya Tanggap

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X3.1	1	0	9	29	21	60
2	X3.2	1	1	16	28	14	60

Sumber data : Lampiran 1

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4.5 diketahui bahwa hasil jawaban responden sebagai berikut :

Pada pernyataan variabel X3.1 sebanyak 29 reponden lebih banyak memilih untuk setuju Dan untuk X3.2 sebanyak 28 responden juga lebih banyak memilih untuk setuju dengan pernyataan yang diajukan. Namun pada variabel daya tanggap ada juga responden yang memilih sangat setuju, ragu-ragu dan tidak setuju walaupun lebih banyak condong ke arah setuju.

4. Deskripsi Variabel Jaminan

Dalam rangka untuk mengetahui mengenai Jaminan di FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang, digunakan 3 pernyataan yang diambil dari indikator Jaminan itu sendiri dengan pemberian skor 1 sampai 5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Jaminan

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X4.1	1	0	11	28	20	60
2	X4.2	0	0	11	31	18	60
3	X4.3	0	0	11	28	21	60

Sumber data : Lampiran 1

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4.6 diketahui bahwa hasil jawaban responden sebagai berikut :

Pada pernyataan variabel X4.1 sebanyak 28 reponden lebih banyak memilih untuk setuju, untuk X4.2 sebanyak 31 responden juga lebih banyak memilih untuk setuju dengan pernyataan yang diajukan, dan pada pernyataan X4.3 sebanyak 28 reponden juga lebih banyak memilih setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Namun pada variabel jaminan ada juga responden yang memilih sangat setuju, ragu-ragu dan sangat tidak setuju walaupun lebih banyak condong ke arah setuju.

5. Deskripsi Variabel Empati

Dalam rangka untuk mengetahui mengenai Empati di FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang, digunakan 3 pernyataan yang diambil dari indikator Empati itu sendiri dengan pemberian skor 1 sampai 5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Empati

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X5.1	0	1	13	27	19	60
2	X5.2	0	0	12	35	13	60
3	X5.3	0	0	8	33	19	60

Sumber data : Lampiran 1

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4.7 diketahui bahwa hasil jawaban responden sebagai berikut :

Pada pernyataan variabel X5.1 sebanyak 27 reponden lebih banyak memilih untuk setuju, untuk X5.2 sebanyak 35 responden juga lebih banyak memilih untuk setuju dengan pernyataan yang diajukan, dan pada pernyataan X5.3 sebanyak 33 reponden juga lebih banyak memilih setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Namun pada variabel empati ada juga responden yang memilih sangat setuju, ragu-ragu dan tidak setuju walaupun lebih banyak condong ke arah setuju.

6. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

Dalam rangka untuk mengetahui mengenai Kepuasan Konsumen di FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang, digunakan 3 pernyataan yang diambil dari indikator Kepuasan Konsumen itu sendiri dengan pemberian skor 1 sampai 5. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	Y.1	0	0	19	22	19	60
2	Y.2	1	1	16	27	15	60
3	Y.3	0	2	17	18	23	60

Sumber data : Lampiran 1

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4.8 diketahui bahwa hasil jawaban responden sebagai berikut :

Pada pernyataan variabel Y.1 sebanyak 22 reponden lebih banyak memilih untuk setuju, untuk Y.2 sebanyak 27 responden juga lebih banyak memilih untuk setuju dengan pernyataan yang diajukan, dan pada pernyataan Y.3 sebanyak 23 reponden lebih memilih sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Namun pada variabel kepuasan konsumen ada juga responden yang memilih ragu-ragu dan tidak setuju walaupun lebih banyak condong ke arah setuju.

4.3 Analisis Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google form kepada para responden, yang mana merupakan pelanggan FIFGroup sebanyak 60 orang. Setelah angket kuisisioner dibagikan, peneliti melakukan melakukan uji instrument data yang meliputi :

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sesuatu kuesioner. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r

hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ dari r tabel, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut valid dan sebaliknya. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji satu sisi, taraf signifikan 5% dengan $df=n-2$ (Arikunto, 2006 ;168). $Df = 60-2 = 58$, maka r tabelnya = 0,254.

4.3.1.1 Bukti Fisik

Uji validitas yang pertama dilakukan pada instrument Bukti Fisik, dengan 3 butir pernyataan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.9 Uji Validitas Bukti Fisik

Variabel	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
Bukti Fisik_1	0,764	0,254	Valid
Bukti Fisik_2	0,570	0,254	Valid
Bukti Fisik_3	0,765	0,254	Valid

Sumber data : Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 5% diketahui r tabel sebesar 0.254 dan r hitung dari ketiga indikator lebih besar dari angka tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada instrument bukti fisik dinyatakan valid.

4.3.1.2 Keandalan

Uji validitas yang pertama dilakukan pada instrument Keandalan, dengan 3 butir pernyataan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10 Uji Validitas Keandalan

Variabel	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
Keandalan_1	0,737	0,254	Valid
Keandalan_2	0,726	0,254	Valid
Keandalan_3	0,601	0,254	Valid

Sumber data : Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% diketahui r_{tabel} sebesar 0.254 dan r_{hitung} dari ketiga indikator lebih besar dari angka tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada instrument keandalan dinyatakan valid.

4.3.1.3 Daya Tanggap

Uji validitas yang pertama dilakukan pada instrument Daya Tanggap, dengan 2 butir pernyataan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11 Uji Validitas Daya Tanggap

Variabel	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
Daya Tanggap_1	0,839	0,254	Valid
Daya Tanggap_2	0,859	0,254	Valid

Sumber data : Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% diketahui r_{tabel} sebesar 0.254 dan r_{hitung} dari kedua indikator lebih besar dari angka tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada instrument daya tanggap dinyatakan valid.

4.3.1.4 Jaminan

Uji validitas yang pertama dilakukan pada instrument Jaminan, dengan 3 butir pernyataan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12 Uji Validitas Jaminan

Variabel	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
Jaminan_1	0,692	0,254	Valid
Jaminan_2	0,566	0,254	Valid
Jaminan_3	0,677	0,254	Valid

Sumber data : Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari *r hitung* > *r tabel* pada taraf signifikansi 5% diketahui *r tabel* sebesar 0.254 dan *r hitung* dari ketiga indikator lebih besar dari angka tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada instrument jaminan dinyatakan valid.

4.3.1.5 Empati

Uji validitas yang pertama dilakukan pada instrument Empati, dengan 3 butir pernyataan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.13 Uji Validitas Empati

Variabel	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
Empati_1	0,728	0,254	Valid
Empati_2	0,678	0,254	Valid
Empati_3	0,608	0,254	Valid

Sumber data : Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari *r hitung* > *r tabel* pada taraf signifikansi 5% diketahui *r tabel* sebesar 0.254 dan *r hitung* dari ketiga indikator lebih besar dari angka tersebut sehingga dapat

disimpulkan bahwa butir pernyataan pada instrument empati dinyatakan valid.

4.3.1.6 Kepuasan Konsumen

Uji validitas yang pertama dilakukan pada instrument Kepuasan Konsumen, dengan 3 butir pernyataan didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.14 Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel	R Hitung	R Tabel (5%)	Keterangan
Kepuasan Konsumen_3	0,616	0,254	Valid
Kepuasan Konsumen_3	0,767	0,254	Valid
Kepuasan Konsumen_3	0,853	0,254	Valid

Sumber data : Lampiran 2

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% diketahui r_{tabel} sebesar 0.254 dan r_{hitung} dari ketiga indikator lebih besar dari angka tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada instrument kepuasan konsumen dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan suatu instrument. Apabila suatu instrument bernilai reliable maka instrument tersebut dianggap dapat dipercaya dalam menguji kebenaran di setiap instrument. Adapun uji reliabelitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.15 Uji Realiabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	R Tabel (5%) (58)	Keterangan
X1	0,487	0,254	Reliabel
X2	0,441	0,254	Reliabel
X3	0,612	0,254	Reliabel
X4	0,303	0,254	Reliabel
X5	0,393	0,254	Reliabel
Y	0,609	0,254	Reliabel

Sumber data : Lampiran 2

Dari tabel 4.15 diatas dengan melihat *Cronbach Alpha* dimana suatu variable dapat bernilai reliable apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,05$. Dapat diketahui bahwa hasil uji instrument dan setiap variable bernilai $> 0,05$, maka dapat disimpulkan dari seluruh instrumen yang telah dibuat adalah valid dan reliabel dan juga dapat digunakan untuk mengetahui Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak, dan dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*. Hasil uji sebagai berikut :

Tabel 4.16 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24287614
	Absolute	.094
Most Extreme Differences	Positive	.053
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.731
Asymp. Sig. (2-tailed)		.659

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber data : Lampiran 3

Dari hasil uji yang telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 17, diperoleh nilai signifikansi data sebesar 0,659 yang artinya > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.3.3.2 Uji Multikolonieritas

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan mencari besarnya *Variance Infaction Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0.10 maka regresi bebas dari multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS release 17.0 adalah nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen.

Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.623	1.763		-.920	.362		
Bukti Fisik	.056	.146	.044	.384	.703	.580	1.724
Keandalan	.147	.177	.129	.828	.411	.321	3.113
Daya Tanggap	.021	.163	.015	.127	.899	.537	1.862
Jaminan	.730	.160	.558	4.560	.000	.517	1.933
Empati	.156	.194	.116	.805	.424	.371	2.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber data : Lampiran 3

Dari hasil data diatas yang telah diolah menggunakan SPSS 17 maka dapat diketahui bahwa model regresi yang diajukan untuk variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati tidak terjadi gejala multikolonieritas karena nilai VIF masih diantara 1-10 dan *tolerance* lebih dari 0.10.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain, maka dalam penelitian ini menggunakan uji glejser untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan nilai *absolute unstandardized* residual sebagai variabel dependen. Apabila hasil uji diatas level segnifikan $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah segnifikan $< 0,05$ berarti terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.021	.982		3.076	.003
	Bukti Fisik	-.087	.081	-.177	-1.072	.288
	Keandalan	-.118	.099	-.265	-1.197	.237
	Daya Tanggap	.084	.091	.158	.921	.361
	Jaminan	.050	.089	.097	.559	.579
	Empati	-.067	.108	-.127	-.618	.539

a. Dependent Variable: Abs_Res
Sumber data : Lampiran 3

Berdasarkan hasil perhitungan data diatas dengan menggunakan SPSS 17 dapat diketahui bahwa tidak ada gangguan hesteroskedastisitas yang terjadi, artinya nilai sig. > 0, 05. Maka dapat disimpulkan tidak ada masalah hesteoskedastisitas pada variabel independennya.

4.3.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk melihat pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan persamaan linier. Adapun rumus yang digunakan sebagai beirkut :

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

Berdasarkan analisa data dengan menggunakan spss 17 maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 4.19 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.623	1.763		-.920	.362		
1 Bukti Fisik	.056	.146	.044	.384	.703	.580	1.724
Keandalan	.147	.177	.129	.828	.411	.321	3.113
Daya Tanggap	.021	.163	.015	.127	.899	.537	1.862
Jaminan	.730	.160	.558	4.560	.000	.517	1.933
Empati	.156	.194	.116	.805	.424	.371	2.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber data : Lampiran 4

$$Y = -1,623 + 0,056 X_1 + 0,147 X_2 + 0,021 X_3 + 0,730 X_4 + 0,156 X_5$$

Persamaan regresi linier diatas menunjukkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Konstanta adalah -1,623, artinya jika variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati diasumsikan atau dianggap nol maka variabel kepuasan konsumen nilainya negatif 1,623.
2. Nilai koefisien regresi bukti fisik adalah positif 0,056 artinya jika variabel bukti fisik meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,056 dan kenaikan ini searah, dengan asumsi keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati adalah nol.
3. Nilai koefisien regresi X₂ adalah positif 0,147 artinya jika variabel keandalan meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar

0,147 dan kenaikan ini searah, dengan asumsi bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati adalah nol.

4. Nilai koefisien regresi X3 adalah positif 0,021 artinya jika variabel X3 meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,021 dan kenaikan ini searah, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati adalah nol.
5. Nilai koefisien regresi X4 adalah positif 0,730 artinya jika variabel X4 meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,730 dan kenaikan ini searah, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan empati adalah nol.
6. Nilai koefisien regresi X5 adalah positif 0,156 artinya jika variabel X5 meningkat maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,056 dan kenaikan ini searah, dengan asumsi bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan jaminan adalah nol.

4.3.3.5 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Berdasarkan uji R² yang dilakukan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.20 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.581	.543	1.299

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan, Keandalan

Sumber data : Lampiran 4

Berdasarkan tabel diatas dapat di ketahui bahwa koefisiensi terdapat pada nilai Adjusted R square sebesar 0, 543 . Hal ini berarti kemampuan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dalam menjelaskan variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 54,3 % sisanya yaitu 45,7 % dijelaskan oleh varibel lain yang tidak di bahas dalam penelitian ini.

4.3.3.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dibagi menjadi 2 uji yaitu :

4.3.3.6.1 Uji t

Menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen menurut Ghozali, 2007 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:111). Hipotesis setatistiknya yaitu: $H_0 : b = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen). $H_1 : b > 0$ (ada pengaruh positif antara variabel independen secara individu terhadap variabel dependen). Adapun hasil ujinya adalah sebagai berikut :

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2; n-k-1)$$

Keterangan :

$\alpha = 0,05$

n : Jumlah Sampel = 60

k : Jumlah Variabel Bebas = 5

maka nilai t tabel dalam penelitian ini adalah :

t tabel = $(0,05/2; 60-5-1)$

= $(0,025 ; 54)$ maka nilai t tabel = 2,004 (dapat dilihat pada kolom distribusi nilai t tabel)

Tabel 4.21 Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.623	1.763		-.920	.362		
Bukti Fisik	.056	.146	.044	.384	.703	.580	1.724
Keandalan	.147	.177	.129	.828	.411	.321	3.113
Daya Tanggap	.021	.163	.015	.127	.899	.537	1.862
Jaminan	.730	.160	.558	4.560	.000	.517	1.933
Empati	.156	.194	.116	.805	.424	.371	2.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data : Lampiran 4

Dari hasil uji t diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa :

- a. Dari hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung sebesar $0,384 < t$ tabel 2,004 artinya nilai tersebut tidak signifikan dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

- b. Dari hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung sebesar $0,828 < t$ tabel 2,004 artinya nilai tersebut tidak signifikan dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Keandalan terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- c. Dari hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung sebesar $0,127 < t$ tabel 2,004 artinya nilai tersebut tidak signifikan dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Daya Tanggap terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- d. Dari hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung sebesar $4,560 > t$ tabel 2,004 artinya nilai tersebut signifikan dan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Jaminan terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- e. Dari hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung sebesar $0,805 < t$ tabel 2,004 artinya nilai tersebut tidak signifikan dan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh Empati terhadap kepuasan konsumen pada FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

4.3.3.6.2 Uji F

Digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Kriteria untuk menguji hipotesis adalah menurut Ghozali, 2007 (dalam jurnal Prajawantoro 2016:110-111). Perumusan hipotesisnya yaitu: $H_0 : b = 0$: tidak ada pengaruh antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. $H_1 : b > 0$: ada pengaruh positif antara variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Dan inilah hasil ujinya :

$$F_{\text{tabel}} = (k; n-k)$$

Keterangan :

k = Jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

$F_{\text{tabel}} = (5; 60-5) = (5; 55)$ maka nilai $F_{\text{tabel}} = 2,380$ (dapat dilihat pada kolom distribusi nilai f_{tabel})

Tabel 4.22 Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	126.594	5	25.319	15.001	.000 ^b
Residual	91.140	54	1.688		
Total	217.733	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan, Keandalan

Sumber data : Lampiran 4

Dari hasil pengujian pada tabel diatas dapat di lihat pada nilai f_{hitung} sebesar 15,001 dengan nilai F_{tabel} adalah 2,380 sehingga nilai $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ atau $15,001 > 2,380$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$

maka H_0 di tolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 - X_5 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang

4.4 Interpretasi Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil Penelitian yang telah dilakukan, tidak terdapat pengaruh antara Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Itu menunjukkan bahwa bukti nyata dan kepedulian yang dilakukan oleh FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang masih kurang serta perhatiannya yang diberikan kepada konsumen. Sehingga perlu peningkatan kesadaran akan kepedulian dan bukti nyata yang diberikan kepada konsumennya karena pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Adapun pengukuran Bukti Fisik dengan 3 indikator yaitu fasilitas fisik, penampilan pegawai dan perlengkapan dan peralatan.

Tidak searah dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan , Ai Lili Yuliati (2016) menunjukkan bahwa Bukti Fisik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

4.4.2 Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil Penelitian yang telah dilakukan, tidak terdapat pengaruh antara Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Itu menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa kurang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan oleh perusahaan. Adapun pengukuran Keandalan dengan 3 indikator yaitu pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan ketepatan waktu.

Tidak searah dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Hari Suprayogi, Kusnanto Darmawan, Kasno (2019) menunjukkan bahwa Keandalan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

4.4.3 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil Penelitian yang telah dilakukan, tidak terdapat pengaruh antara Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Itu menunjukkan bahwa kemampuan yang dilakukan perusahaan secara langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan masih kurang cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Sehingga jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau

meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Adapun pengukuran Daya Tanggap dengan 2 indikator yaitu pelayanan yang cepat dan tepat dan pemberian informasi yang jelas.

Tidak searah dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Dwi Aliyyah Apriyani, Sunarti (2017) menunjukkan bahwa Daya Tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

4.4.4 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil Penelitian yang telah dilakukan, terdapat pengaruh antara Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan sudah tepat. Artinya yang dilakukan perusahaan dalam membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung dengan konsumen sehingga ini dapat menumbuhkan kelayakan konsumen pada perusahaan nantinya. Adapun pengukuran Jaminan dengan 3 indikator yaitu kredibilitas, keamanan dan sopan santun.

Searah dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Prajawantoro, Ni Dewa Ayu Dwi Susanti (2016) menunjukkan bahwa Jaminan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

4.4.5 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil Penelitian yang telah dilakukan, tidak terdapat pengaruh antara Empati terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang. Itu menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu masih kurang, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Adapun pengukuran Empati dengan 3 indikator yaitu perhatian secara personal, memahami kebutuhan secara spesifik dan memiliki waktu pengoperasian pelayanan yang aman dan nyaman bagi konsumen.

Tidak searah dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan , Ai Lili Yuliati (2016) menunjukkan bahwa Empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

4.4.6 Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil Penelitian diperoleh terdapat pengaruh antara Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang secara bersama-sama.

Searah dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Hari Suprayogi, Kusnanto Darmawan, Kasno (2019) menunjukkan bahwa

Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan Empati memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Dari hasil pembahasan dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Secara parsial variabel kualitas pelayanan yaitu Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada FIFGroup Yosowilangun Kabupaten cabang Lumajang. Namun untuk variabel kualitas pelayanan lainnya yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap dan Empati Secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.
- b. Secara simultan variabel kualitas layanan yang meliputi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang.

5.2 Implikasi

Dari analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat diberikan implikasi sebagai berikut :

- a. Bukti Fisik FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang merupakan salah satu faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu yang perlu diperhatikan

dalam hal ini adalah bukti nyata dan kepedulian yang dilakukan oleh perusahaan terhadap konsumennya dalam melayani jasa dengan baik.

- b. Keandalan FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang merupakan salah satu faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa harus sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Sehingga konsumennya akan tetap loyal terhadap perusahaan.
- c. Daya Tanggap FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang merupakan salah satu faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu kemampuan yang dilakukan perusahaan secara langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan harus cepat dan tanggap agar konsumen merasa puas.
- d. Jaminan FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang merupakan salah satu faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Karena pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan sudah tepat. Namun perusahaan jangan cepat merasa puas karena masih banyak pesaing diluaran yang bergerak dalam bidang yang sama, sehingga perlu peningkatan lagi agar konsumen tetap memakai jasa perusahaan dan tetap loyal.
- e. Empati FIFGroup Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang merupakan salah satu faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap

Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen harus lebih ditingkatkan, agar konsumen tetap memakai jasa mereka dan juga agar dapat meningkatkan image perusahaan. Sehingga semakin banyak lagi konsumen yang datang menggunakan jasa perusahaan.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hanya Jamian. Sehingga saran untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen perlu peningkatan lagi dari karyawan dalam perusahaan dalam melayani konsumen karena karyawan ini berinteraksi langsung dengan konsumen, terutama dalam ketepatan waktunya juga. Sehingga itu akan membuat konsumen puas dan tidak segan untuk menggunakan jasa perusahaan kembali. Untuk peneliti selanjutnya mencari perusahaan negeri agar dari semua variabel dapat signifikan sehingga mendapatkan data yang seimbang dengan kualitas perusahaan yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*.
- Atmawati, Rustika dan wahyudi, M., 2004, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*.
- Darmawan, Kusnanto, 2018, *Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*.
- Ghozali, Imam. 2006. *Ekonometrika*. Semarang. Undip
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7. Semarang. Undip.
- Mustaqim, Fata Mufti, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. FIFGROUP Cabang Samarinda*.
- Normasari, Selvi dkk, 2013, *Pengaruh Kuaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Tamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang)*.
- Panjaitan, Januar Efendi dan Yuliati, Ai Lili, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*.

- Prajawantoro, 2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Adira Dinamika Multi Finace Cabang Lampung Mobil*. Vol. 7 No. 1 :ISSN 2087-0701.
- Prasetio, Ari, 2012, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Runtunuwu, Johannes Gerardo, 2014, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado*.
- Sembiring, Inka Jenita dkk, 2014, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang)*.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA. Bogor.
- Sweeney, J.C and Soutar. 2001. *Customer Perceived Value The Development of A Multiple Item Scale*. *Jurnal of Retailing*, Vol. 77, pp. 203-220.
- Suprayogi, Hari dkk, 2019, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) ULP Lumajang (Studi Kasus Pada Pelanggan Pasang Baru Rumah Tangga Daya 900 Va)*.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta :Andi Offset

Wijayanto, Kusuma, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank*.

<https://www.gurupendidikan.co.id/hipotesis-adalah/>

(diakses pada tanggal 30/11/2020)

http://repository.upi.edu/11380/6/T_ADP_1202111_Chapter3.pdf

(diakses pada tanggal 30/11/2020)

<https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html#:~:text=Purposive%20sampling%20adalah%20salah%20satu,di%20harapkan%20dapat%20menjawab%20permasalahan%20penelitian.>

(diakses pada tanggal 30/11/2020)

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Kuesioner Google Formulir

Tabel Deskripsi Responden

Tabel Deskripsi Variabel

1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN



Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Sdr/i

Di tempat.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab pernyataan pada lembar kuesioner mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang semata – mata kuesioner ini hanya dibuat untuk penelitian. Harapan dari penelitian ini agar dari hasil kuesioner bisa bermanfaat bagi semua. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi dan memberikan tanda checklist (√) pada pernyataan berikut:

Jenis Klamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : tahun

B. Petunjuk Pengisian

Kuesioner ini di tujukan untuk konsumen FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang dengan jaminan BPKB sepeda motor. Mohon Bapak/Ibu/Sdr/i memberikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dari Bapak/Ibu/Sdr/i. setiap orang

mempunyai jawaban yang berbeda dan tidak ada jawaban yang dianggap salah.

Keterangan Jawaban :

SS	= Sangat Setuju	diberi bobot 5
S	= Setuju	diberi bobot 4
N	= Netral	diberi bobot 3
TS	= Tidak Setuju	diberi bobot 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi bobot 1

1. BUKTI FISIK

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya kondisi gedung dan fasilitas yang disediakan FIFGROUP Cabang Yosowilangun baik					
2	Menurut saya penampilan pegawai FIFGROUP Cabang Yosowilangun rapi dan menarik					
3	Menurut saya FIFGROUP Cabang Yosowilangun menggunakan perlengkapan dan peralatan yang modern					

2. KEANDALAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun melayani semua konsumen dengan baik dan mudah dimengerti					
2	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memahami setiap kebutuhan yang dialami konsumen					
3	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memiliki disiplin waktu dalam melayani					

3. DAYA TANGGAP

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan					
2	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti					

4. JAMINAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya kredibilitas FIFGROUP Cabang Yosowilangun mampu meningkatkan rasa percaya dalam menggunakan jasa FIFGROUP					
2	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan					
3	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun selalu bersikap sopan santun					

5. EMPATI

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun peduli terhadap kebutuhan setiap konsumen					
2	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memahami seluruh kebutuhan konsumen mengenai pelayanan					
3	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun sudah memberikan waktu dalam proses pelayanan yang aman dan nyaman					

6. KEPUASAN KONSUMEN

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan hasil yang sesuai yang diharapkan					
2	Menurut saya kepuasan pelayana yang diberikan, membuat saya berminat kembali menggunakan jasa FIFGROUP Cabang Yosowilangun					
3	Menurut saya kepuasan pelayana yang diberikan FIFGROUP Cabang Yosowilangun mampu membuat saya untuk merekomendasikan kepada orang lain					

2. Kuesioner Google Formulir

22.46 42.0 KB/s

docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf76w

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :
Bapak/Ibu/Sdr/i
Di tempat.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab pernyataan pada lembar kuesioer mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang semata – mata kuesioner ini hanya dibuat untuk penelitian. Harapan dari penelitian ini agar dari hasil kuesioner bisa bermanfaat bagi semua. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan terimakasih.

Petunjuk Pengisian
Kuesioner ini di tujukan untuk konsumen FIFGROUP Cabang Yosowilangun Kabupaten Lumajang dengan jaminan BPKB sepeda motor. Setiap orang mempunyai jawaban yang berbeda dan tidak ada jawaban yang dianggap salah.

Keterangan Jawaban :

SS = Sangat Setuju	diberibobot 5
S = Setuju	diberibobot 4
N = Netral	diberibobot 3
TS = Tidak Setuju	diberibobot 2
STS = Sangat Tidak Setuju	diberibobot 1

*** Wajib**

Identitas Responden *

Laki - Laki

Identitas Responden *

- Laki - Laki
- Perempuan

Usia *

Jawaban Anda

1. Menurut saya kondisi gedung dan fasilitas yang disediakan FIGROUP Cabang Yosowilangun baik *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

2. Menurut saya penampilan pegawai FIGROUP Cabang Yosowilangun rapi dan menarik *

- SS
- S
- N

3. Menurut saya FIFGROUP Cabang Yosowilangun menggunakan perlengkapan dan peralatan yang modern *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

4. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun melayani semua konsumen dengan baik dan mudah dimengerti *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

5. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memahami setiap kebutuhan yang dialami konsumen *

- SS
- S
- N

5. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memahami setiap kebutuhan yang dialami konsumen *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

6. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memiliki disiplin waktu dalam melayani *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

7. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan *

- SS
- S



7. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

8. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

9. Menurut saya kredibilitas FIFGROUP Cabang Yosowilangun mampu meningkatkan rasa percaya dalam menggunakan jasa FIFGROUP *



9. Menurut saya kredibilitas FIFGROUP Cabang Yosowilangun mampu meningkatkan rasa percaya dalam menggunakan jasa FIFGROUP *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

10. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

11. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun selalu bersikap sopan santun *

- SS

11. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun selalu bersikap sopan santun *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

12. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun peduli terhadap kebutuhan setiap konsumen *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

13. Menurut saya karyawan FIFGROUP Cabang Yosowilangun memahami seluruh kebutuhan konsumen mengenai pelayanan *

- SS
- S



13. Menurut saya karyawan FIGROUP Cabang Yosowilangun memahami seluruh kebutuhan konsumen mengenai pelayanan *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

14. Menurut saya karyawan FIGROUP Cabang Yosowilangun sudah memberikan waktu dalam proses pelayanan yang aman dan nyaman *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

15. Menurut saya karyawan FIGROUP Cabang Yosowilangun memberikan hasil yang sesuai yang diharapkan *



16. Menurut saya kepuasan pelayanan yang diberikan, membuat saya berminat kembali menggunakan jasa FIFGROUP Cabang Yosowilangun *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

17. Menurut saya kepuasan pelayanan yang diberikan FIFGROUP Cabang Yosowilangun mampu membuat saya untuk merekomendasikan kepada orang lain *

- SS
- S
- N
- TS
- STS

Kirim

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)



3. Deskripsi Responden

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Kategori	Jumlah	Prosentase
1	17 – 25 tahun	15	25 %
2	26 – 35 tahun	33	55 %
3	36 – 45 tahun	10	16,6 %
4	≥ 46 tahun	2	3,3 %
	Jumlah	60	100%

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kategori	Jumlah	Prosentase
1	Laki – Laki	45	75 %
2	Perempuan	15	25 %
	Jumlah	60	100%

4. Deskripsi Variabel

Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Bukti Fisik

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X1.1	0	0	12	29	19	60
2	X1.2	0	1	5	33	21	60
3	X1.3	0	1	12	29	18	60

Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Keandalan

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X2.1	0	0	13	29	18	60
2	X2.2	0	3	15	24	18	60
3	X2.3	0	1	15	28	16	60

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Daya Tanggap

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X3.1	1	0	9	29	21	60
2	X3.2	1	1	16	28	14	60

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Jaminan

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X4.1	1	0	11	28	20	60
2	X4.2	0	0	11	31	18	60
3	X4.3	0	0	11	28	21	60

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Empati

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	X5.1	0	1	13	27	19	60
2	X5.2	0	0	12	35	13	60
3	X5.3	0	0	8	33	19	60

Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

NO	Pernyataan Variabel	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS	Total
1	Y.1	0	0	19	22	19	60
2	Y.2	1	1	16	27	15	60
3	Y.3	0	2	17	18	23	60

LAMPIRAN 2

Uji Validitas

Uji Reliabelitas

1. Uji Validitas

a. Bukti Fisik

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.148	.452**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.258	.000	.000
	N	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.148	1	.105	.570**
	Sig. (2-tailed)	.258		.423	.000
	N	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.452**	.105	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.423		.000
	N	60	60	60	60
Total_X1	Pearson Correlation	.764**	.570**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

b. Keandalan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.332**	.238	.737**
	Sig. (2-tailed)		.009	.068	.000
	N	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.332**	1	.070	.726**
	Sig. (2-tailed)	.009		.593	.000
	N	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.238	.070	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.068	.593		.000
	N	60	60	60	60
Total_X2	Pearson Correlation	.737**	.726**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

c. Daya Tanggap

Correlations

		X3.1	X3.2	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.441**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.441**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	60	60	60
Total_X3	Pearson Correlation	.839**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	60	60	60

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

d. Jaminan

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.043	.229	.692**
	Sig. (2-tailed)		.743	.078	.000
	N	60	60	60	60
X4.2	Pearson Correlation	.043	1	.104	.566**
	Sig. (2-tailed)	.743		.427	.000
	N	60	60	60	60
X4.3	Pearson Correlation	.229	.104	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.078	.427		.000
	N	60	60	60	60
Total_X4	Pearson Correlation	.692**	.566**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

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

e. Empati

		Correlations			
		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.259*	.123	.728**
	Sig. (2-tailed)		.045	.351	.000
	N	60	60	60	60
X5.2	Pearson Correlation	.259*	1	.152	.678**
	Sig. (2-tailed)	.045		.247	.000
	N	60	60	60	60
X5.3	Pearson Correlation	.123	.152	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.351	.247		.000
	N	60	60	60	60
Total_X5	Pearson Correlation	.728**	.678**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

f. Kepuasan Konsumen

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.123	.305*	.616**
	Sig. (2-tailed)		.349	.018	.000
	N	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	.123	1	.574**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.349		.000	.000
	N	60	60	60	60
Y.3	Pearson Correlation	.305*	.574**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.000
	N	60	60	60	60
Total_Y	Pearson Correlation	.616**	.767**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

2. Uji Reliabelitas

a. Bukti Fisik

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.487	3

b. Keandalan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.441	3

c. Daya Tanggap

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.612	2

d. Jaminan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.303	3

e. Empati

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.393	3

f. Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.609	3

LAMPIRAN 3
Uji Normalitas
Uji Multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24287614
	Absolute	.094
Most Extreme Differences	Positive	.053
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.731
Asymp. Sig. (2-tailed)		.659

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	1							
	(Constant)	-1.623	1.763		-.920	.362		
	Bukti Fisik	.056	.146	.044	.384	.703	.580	1.724
	Keandalan	.147	.177	.129	.828	.411	.321	3.113
	Daya Tanggap	.021	.163	.015	.127	.899	.537	1.862
	Jaminan	.730	.160	.558	4.560	.000	.517	1.933
	Empati	.156	.194	.116	.805	.424	.371	2.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.021	.982		3.076	.003
	Bukti Fisik	-.087	.081	-.177	-1.072	.288
	Keandalan	-.118	.099	-.265	-1.197	.237
	Daya Tanggap	.084	.091	.158	.921	.361
	Jaminan	.050	.089	.097	.559	.579
	Empati	-.067	.108	-.127	-.618	.539

a. Dependent Variable: Abs_Res

LAMPIRAN 4

Uji Regresi Linier Berganda

Uji t

Uji F

Uji Koefisien Determinasi

1. Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	-1.623	1.763					
1	Bukti Fisik	.056	.146	.044	.384	.703	.580	1.724
	Keandalan	.147	.177	.129	.828	.411	.321	3.113
	Daya Tanggap	.021	.163	.015	.127	.899	.537	1.862
	Jaminan	.730	.160	.558	4.560	.000	.517	1.933
	Empati	.156	.194	.116	.805	.424	.371	2.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

2. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	-1.623	1.763					
1	Bukti Fisik	.056	.146	.044	.384	.703	.580	1.724
	Keandalan	.147	.177	.129	.828	.411	.321	3.113
	Daya Tanggap	.021	.163	.015	.127	.899	.537	1.862
	Jaminan	.730	.160	.558	4.560	.000	.517	1.933
	Empati	.156	.194	.116	.805	.424	.371	2.697

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	126.594	5	25.319	15.001	.000 ^b
	Residual	91.140	54	1.688		
	Total	217.733	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan, Keandalan

4. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.581	.543	1.299

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Jaminan, Keandalan

