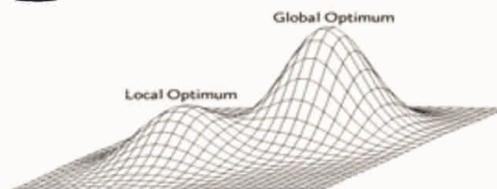
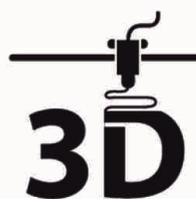


Vol. 9, No.1, Mei 2021

ISSN: 2338-7750

JURNAL REKAVASI

JURNAL REKAYASA DAN INOVASI TEKNIK INDUSTRI



Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta

Jurnal REKAVASI	Vol. 9	No. 1	Hlm. 1-74	Yogyakarta Mei 2021	ISSN: 2338-7750
--------------------	--------	-------	--------------	------------------------	--------------------

DAFTAR ISI

USULAN PERBAIKAN ALAT BANTU PADA PROSES PENGIRAN UNTUK MENGURANGI RISIKO MUSCULOSKELETAL DISORDERS PADA WL ALUMINIUM (STUDI KASUS: WL ALUMINIUM) <i>Agung Sumule, Titin Isna Oesman, Imam Sodikin</i>	1-8
PENGENDALIAN KUALITAS PRODUK MENGGUNAKAN METODE SIX SIGMA DAN FAILURE MODE AND EFFECT ANALYSIS (FMEA) PADA PT. PAPERTECH INDONESIA UNIT II MAGELANG <i>Arief Yuliandri Setiawan, Joko Susetyo, Risma Adelina Simanjuntak</i>	9-19
BIAYA PERAWATAN YANG OPTIMAL PADA KOMPONEN ELEKTRIKAL DAN MEKANIKAL PADA MESIN BUS HINO FB130 DAN ISUZU NQR71 DENGAN METODE PREVENTIVE MAINTENANCE POLICY DAN REPAIR POLICY DI PT. ANINDYA MITRA INTERNASIONAL (AMI) POOL TRANS JOGJA PUROSANI <i>Riski Ferianto, Imam Sodikin, Petrus Wisnubroto</i>	20-28
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIRO WISATA KOTA KLASIK <i>Satrio Aji Pambudi, Muhammad Yusuf, Petrus Wisnubroto</i>	29-34
PENJADWALAN PEKERJAAN YANG OPTIMAL UNTUK MEMINIMASI KETERLAMBATAN PADA PT MANDIRI JOGJA INTERNASIONAL <i>Mohamad Sholeh, Endang Widuri Asih, Imam Sodikin</i>	35-42
PERANCANGAN ULANG MEJA DAN KURSI DI BAGIAN HEAT TRANSFER DI PT. PROSPECTA GARMINDO <i>Faozi Ridwan, Muhammad Yusuf, Andrean Emaputra</i>	43-53
ANALISIS PEMILIHAN SUPPLIER BAHAN BAKU MENGGUNAKAN METODE AHP (ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS) DAN TOPSIS (TECHNIQUE FOR ORDER PREFERENCE BY SIMILARITY TO IDEAL SOLUTION) PADA ROCKMANTIC STORE KONVEKSI <i>Rama Bangkit Ramadhon, Petrus Wisnubroto, Risma Adelina Simanjuntak</i>	54-64
SIMULASI ANTRIAN PADA ANTRIAN FARMASI DI RUMAH SAKIT X DENGAN SOFTWARE PROMODEL <i>Rifda Ilahy Rosihan, Wihda Yuniawati</i>	65-74

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIRO WISATA KOTA KLASIK

Satrio Aji Pambudi, Muhammad Yusuf, Petrus Wisnubroto
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains & Teknologi AKPRIND
Yogyakarta Jl. Kalisahak 28 Yogyakarta
E-mail: satriopvix@gmail.com

ABSTRACT

Kota klasik is a company engaged in the tour & travel service agency. The types of services provided are in the form of tour packages, rafting, tubing, lava tours, traveling around the tourist village of Borobudur, outbound, and others, because competition in the tourism business is very competitive, therefore companies need to improve services in order to increase customer satisfaction. This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction. Where service quality is an independent variable (X) which includes tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5), which affect the dependent variable customer satisfaction (Y). In analyzing this effect, the distribution of questionnaires was carried out to 100 Classic City customers who were given to customers on the last day of the visit, and dominated by female respondents, amounting to 65 respondents, while men were 35 respondents, all of whom came from all ages, age level education, work, and others. This analysis was carried out by multiple linear regression, partial test, simultaneous test and determination coefficient test. The results obtained simultaneously the effect of service quality on customer satisfaction is 50.3 which means good.

Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, and Customer Satisfaction.

INTISARI

Kota klasik merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang biro jasa tour & travel. Jenis layanan jasa yang diberikan berupa paket wisata, rafting, tubing, lava tour, keliling desa wisata borobudur, outbound, dan lain-lain, karena persaingan dalam bisnis wisata sangat kompetitif oleh karena itu perusahaan perlu meningkatkan pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan bagi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana kualitas pelayanan merupakan variable independent (X) yang meliputi *tangible*(X1), *reliability*(X2), *responsiveness*(X3), *assurance*(X4), dan *emphaty*(X5), yang mempengaruhi variable dependent kepuasan pelanggan(Y). Dalam menganalisis pengaruh tersebut penyebaran kuesioner dilakukan pada pelanggan Kota Klasik berjumlah 100 responden yang diberikan kepada pelanggan di hari terakhir kunjungan, dan didominasi responden perempuan yang berjumlah 65 responden, sedangkan laki-laki berjumlah 35 responden, yang keseluruhan berasal dari seluruh kalangan baik umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain. Analisis ini dilakukan dengan uji regresi linier berganda, uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi. Hasil yang diperoleh secara simultan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 50,3 yang dapat diartikan baik.

Kata kunci : *Tangible, Reliability, Responsiveness, dan Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Persaingan dalam bidang pariwisata yang semakin kuat dan semakin banyaknya biro wisata yang bermunculan, menuntut persaingan dalam bidang tersebut untuk selalu menjaga maupun meningkatkan kualitas pelayanan dari biro wisata tersebut. Biro Wisata Kota Klasik yang berada di Desa Barepan, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah, merupakan salah satu dari sekian banyaknya biro wisata ada. Selama ini Kota Klasik belum mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode regresi berganda pada biro wisata akan berpengaruh. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Nanengtri N (2019) “*Analisis Kepuasan Pelanggan Gerai Telkomsel dan Indosat dengan menggunakan Metode Service Quality dan Quality Function Deployment*” bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan salah satunya yaitu pelayanan. Martania Cahyadari

(2003) mengenai “*Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Rumah makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta*” terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Arisman (2004) yang berjudul “*Mengukur Kepuasan Masyarakat Dan Kualitas pelayanan publik*” menunjukkan bahwa adanya pengaruh kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik yaitu sebesar 5,323 T hitung > 1,645 T tabel yang artinya ada pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan, dan Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengangkat judul “*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BIRO WISATA KOTA KLASIK*”.

BAHAN DAN METODE (MATERIALS AND METHODS)

1. Objek Dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Biro Wisata Kota Klasik, Magelang beralamat di Dusun Barepan, Desa Wanurejo RT.01/RW.05, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan Biro Wisata Kota Klasik yang berjumlah 100 responden.

2. Data Sample

Data sample yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 100 responden yang seluruhnya didapatkan dari pelanggan kota klasik.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Analisis ini menggunakan rumus persamaan berikut (Syofian Siregar, 2015) :

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e \quad \dots\dots(1)$$

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana dengan rumus hipotesis sebagai berikut :

Ho : $i = 0$, artinya variabel bebas secara simultan tidak dapat menjelaskan variabel tidak bebas.

Ha : $i \neq 0$, artinya variabel bebas secara simultan dapat menjelaskan variabel tidak bebas.

F hitung >F table atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka Ho ditolak dan Ha diterima membuktikan variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebasnya. F hitung <F table atau probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka Ho diterima dan Ha ditolak membuktikan variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebasnya.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Dengan rumus hipotesis sebagai berikut :

Ho : $i = 0$, artinya variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebas.

Ha : $i \neq 0$, artinya variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebas.

t hitung >t tabel atau probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka membuktikan variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebasnya, Ha diterima dan Ho ditolak. t hitung <t tabel atau probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka membuktikan variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel tidak bebasnya, Ho diterima dan Ha ditolak.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Pada model regresi linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya (R^2). Jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model

tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN (RESULT AND DISCUSSIONS)

1. Data Umum Responden

Hasil penelitian terhadap dua kelompok responden, yaitu responden laki-laki dan responden perempuan yang seluruhnya berjumlah 100 responden, yang didominasi oleh responden perempuan sebanyak 65 responden, sedangkan untuk responden laki-laki sebanyak 35 responden yang berasal dari seluruh kalangan baik umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan intensitas kunjungan.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	7.693	3.190		
<i>Tangible</i>	.429	.209	.194	.2054	.043
<i>Reliability</i>	.679	.201	.331	.3373	.001
<i>Responsiveness</i>	.573	.261	.179	.2192	.031
<i>Assurance</i>	.446	.168	.227	.2657	.009
<i>Emphaty</i>	.254	.273	.073	.933	.353

Sumber: hasil pengolahan data SPSS'16

Hasil dari analisis nilai a (nilai konstan) sebesar 7,693 sedangkan nilai *tangible* (X1) sebesar 0,429, *reliability* (X2) sebesar 0,679, *responsiveness* (X3) sebesar 0,573, *assurance* (X4) sebesar 0,446, dan *emphaty* (X5) 0,254. Berdasarkan nilai konstanta dan koefisien tersebut maka diperoleh persamaan regresi $Y = 7,693 + 0,429 X1 + 0,679 X2 + 0,573 X3 + 0,446 X4 + 0,254 X5$. Diketahui nilai konstan sebesar 7,693 yang berarti jika tidak ada variabel *tangible*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* maka kepuasan pelanggan sebesar 7,693.

Variabel *tangible* memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,429. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa *tangible* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Nilai regresi *Unstandardized Coefficients B tangible* (X1) sebesar 0,429 yang berarti peningkatan variabel *tangible* dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,429

Variabel *reliability* memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,679. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa *reliability* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Nilai regresi *Unstandardized Coefficients B reliability* (X2) adalah sebesar 0,679 yang berarti dengan peningkatan variabel *reliability* dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,679.

Variabel *responsive* memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,573. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa *responsive* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Nilai regresi *Unstandardized Coefficients B responsive* (X3) adalah sebesar 0,573 yang berarti dengan peningkatan variabel *responsive* dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,573.

Variabel *assurance* memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,446. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa *assurance* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Nilai regresi *Unstandardized Coefficients B assurance* (X4) adalah sebesar 0,446 yang berarti dengan peningkatan variabel *assurance* dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,446.

Variabel *emphaty* memiliki nilai koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0,254. Nilai

koefisien positif menunjukkan bahwa *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Nilai regresi *Unstandardized Coefficients B emphaty* (X5) adalah sebesar 0,254 yang berarti dengan peningkatan variabel *emphaty* dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,254.

Dari regresi tersebut untuk menentukan faktor mana yang lebih dominan dapat dicari di *Standardized Coefficients Beta*, semakin besar *Standardized Coefficients Beta* suatu faktor maka semakin besar pula pengaruh dari faktor yang bersangkutan. *Standardized Coefficients Beta* terbesar menunjukkan pengaruh yang paling besar dari suatu faktor terhadap parameter yang diuji. Dengan demikian variabel yang paling dominan, yang mempunyai *Standardized Coefficients Beta* = 0,331 adalah variabel *reliability*.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial

Tabel 2. Uji Parsial Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	t hitung	t tabel	sig	Keterangan
X1	2,054	1,988	0,043	H0 ditolak dan H1 diterima.
X2	3,373	1,988	0,001	H0 ditolak dan H1 diterima.
X3	2,192	1,988	0,031	H0 ditolak dan H1 diterima.
X4	2,657	1,988	0,009	H0 ditolak dan H1 diterima.
X5	0,993	1,988	0,353	H0 diterima dan H1 ditolak.

Sumber: hasil pengolahan data SPSS'16

- 1) Pengujian hipotesis *tangible* terhadap kepuasan pelanggan
Diketahui nilai sig untuk pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar $0,043 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,054 > t$ tabel 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H0** ditolak dan **H1** diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *tangible* terhadap kepuasan pelanggan.
Hasil pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif. Sehingga apabila *tangible* tinggi maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- 2) Pengujian hipotesis *reliability* terhadap kepuasan pelanggan
Diketahui nilai sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,009 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,373 > t$ tabel 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H0** ditolak dan **H1** diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *reliability* terhadap kepuasan pelanggan.
Hasil pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif. Sehingga apabila *reliability* meningkat maka akan meningkat pula kepuasan pelanggan.
- 3) Pengujian hipotesis *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan
Diketahui nilai sig untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,192 > t$ tabel 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H0** ditolak dan **H1** diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *reponsiveness* terhadap kepuasan pelanggan.
Hasil pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif. Sehingga apabila *responsiveness* dapat dikurangi maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- 4) Pengujian hipotesis *assurance* terhadap kepuasan pelanggan
Diketahui nilai sig untuk pengaruh X4 terhadap Y adalah sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,657 > t$ tabel 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H0** ditolak dan **H1** diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *assurance* terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Sehingga apabila assurance tinggi maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

5) Pengujian hipotesis *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui nilai sig untuk pengaruh X5 terhadap Y adalah sebesar $0,353 < 0,05$ dan nilai t hitung $0,993 > t$ tabel 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa **H0** diterima dan **H1** ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Sehingga apabila *emphaty* tinggi maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Perhitungan manual untuk menghitung nilai t hitung antara variabel *tangible* terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_1}{s_{b1}} = \frac{0,429}{0,2088} = 2,054$$

b. Uji Simultan

Tabel 3. Uji Simultan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	F hitung	F tabel	sig	Keterangan
X1,...,X5	19,021	2,31	0,000	H0 ditolak dan H1 diterima

Sumber: hasil pengolahan data SPSS'16

Berdasarkan output pada tabel 5 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1,..X5 secara simultan terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $19,021 > F$ tabel 2,31 sehingga dapat disimpulkan bahwa **H0** ditolak dan **H1** diterima yang berarti terdapat pengaruh *tangible*, Reliability, responsive, assurance, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan secara optimal apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal.

Perhitungan manual F hitung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{(R_{x1x2,..x5y})^2(n-m-1)}{m(1-R^2_{x1x2,..x5y})} = \frac{(0,709)^2(100-5-1)}{5[1-(0,709)^2]} = 19,021$$

c. Uji Determinasi

Tabel 4. Uji Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.514	1.477

Sumber: hasil pengolahan data SPSS'16

Berdasarkan output pada tabel 7 diketahui nilai *R Square* sebesar 0,503 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah 50,3 % sedangkan sisanya yaitu 49,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Perhitungan secara manual :

$$\begin{aligned}
 R_{x_1, x_2, \dots, x_5, y} &= \sqrt{\frac{b_1 \cdot \sum X_1 Y + b_2 \cdot \sum X_2 Y + b_3 \cdot \sum X_3 Y + b_4 \cdot \sum X_4 Y + b_5 \cdot \sum X_5 Y}{\sum Y^2}} \\
 &= \sqrt{\frac{0,429(298,25) + 0,679(365,82) + 0,573(2187,07) + 0,446(391,97) + 0,254(159,09)}{228,98}} \\
 &= \sqrt{\frac{716,5226}{1010,61}} \\
 &= 0,709
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 KS &= (R_{x_1, x_2, \dots, x_5, y})^2 \times 100 \% \\
 &= (0,709)^2 \times 100 \% \\
 &= 50,3 \%
 \end{aligned}$$

KESIMPULAN (CONCLUSION)

Berdasarkan hasil dari uji simultan diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1, \dots, X_5 secara simultan terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $19,021 > F$ tabel $2,31$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh *tangible*, *Reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan pelanggan secara optimal apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Hasil uji determinasi diketahui nilai *R Square* sebesar $0,503$ hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah $50,3 \%$ sedangkan sisanya yaitu $49,7 \%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Dari hasil uji simultan (uji F) terdapat pengaruh antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji parsial (uji t) terdapat empat variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu variabel *tangible*, *reliability*, *responsive*, dan *assurance*, sedangkan satu variabel yang tidak berpengaruh yaitu variabel *emphaty*. Dari kelima variabel tersebut, variabel *reliability* adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisman. 2004. "Mengukur Kepuasan Masyarakat Dan Kualitas pelayanan publik" Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Hasanuddin Makassar
- Cahyasari M. 2003. "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Rumah makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta". Fakultas Ekonomi. Universitas Esa Unggul Jakarta. Forum ilmiah, Vol.10, No.3, September 2003
- Nurdiansya N, Yusuf M dan Winarni. 2019. "Analisis Kepuasan Pelanggan Gerai Telkomsel dan Indosat Dengan Menggunakan Metode *Service Quality* dan *Quality Function Deployment*". Fakultas Teknologi Industri. *Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta* . Jurnal REKAVASI, Vol.7, No.1 mei 2019.
- Sugiyono. 2015. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : CV. Alfabeta
- Syofian Siregar. 2015. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 16. Jakarta : Bumi Aksara