

ANALISIS PENGARUH VARIABEL KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KEDAI ICE CREAM GUBUK BAMBU KAB. KEDIRI

Pandu Ardana H; Nurlaely; Eni Prastiti

Fakultas Ekonomi – Universitas Kediri

E-mail : nurlaely@unik-kediri.ac.id

ABSTRACT

The research objective to determine service quality regarding tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influences consumer satisfaction to analyze the most dominant factors affecting consumer satisfaction Kediri Regency Ice Cream Bamboo Hut. The population in this study was visitors at Kedai Ice Cream Gubuk Bambu, Kediri Regency. Sample 100 uses the Non-Probability Sampling technique with the Accidental sampling approach. Based on the results of multiple linear regression analysis conducted in this study, the regression equation is obtained as follows: $Y = 0.155 X + 0.205 X + 0.123 X + 0.191 X + 0.368 X$. Analysis of indicator statistics is valid and the variables are reliable. Testing of classical assumptions, multicollinearity free regression models, heteroscedasticity does not occur, and is normally distributed. Individually each of the most influential variables empathy variables with a regression coefficient of 0.368, reliability regression coefficient of 0.205, assurance regression coefficient 0.191, tangible regression coefficient of 0.155 variable the lowest responsiveness regression coefficient of 0.123.

Keywords: service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui kualitas pelayanan mengenai *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* apa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen untuk menganalisis faktor paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri. Populasi dalam penelitian ini pengunjung di Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri. Sampel 100 menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental sampling*. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,155 X + 0,205 X + 0,123 X + 0,191 X + 0,368 X$. Analisis data statistik indikator bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Secara individu masing-masing variabel yang paling berpengaruh variabel *emphaty* dengan koefisien regresi sebesar 0,368, *reliability* koefisien regresi sebesar 0,205, *assurance* koefisien regresi 0,191, *tangible* koefisien regresi 0,155 variable yang paling rendah *responsiveness* koefisien regresi 0,123.

Kata kunci : kualitas layanan, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Di era masuknya ke ruang lingkup dunia produk atau jasa yang bersaing di satu pasar lebih banyak dan beragam karena keterbukaan pasar. Pelayanan yang baik konsumen akan kembali lagi (Gandung Satriyono & Desi Kristanti, 2018). Dengan pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen (Yunanto, 2016). Potongan harga yang diberikan penjual kepada konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan.

Dalam upaya membangun bisnis Kedai Ice Cream Gubuk Bambu akan menyediakan fasilitas yang mendukung hal-hal ini, memungkinkan konsumen untuk membeli. Pengelolaan dana tergantung pada keputusan pemerintah dengan melihat kondisi yang ada. Perusahaan harus punya strategi untuk membuat kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan bagi konsumen (Putra, 2014).

Uraian di atas diajukan sebuah penelitian tentang hubungan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang dijadikan penelitian judul Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kab. Kediri.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Dalam pasar global yang penuh persaingan, akan sulit bagi sebuah bisnis/usaha yang ada jika tidak memperhatikan kepuasan pelanggan. Perusahaan atau pelaku usaha yang gagal memuaskan pelanggan mereka akan memberikan pengalaman buruk (Kotler, 1997).

Studi ini membuat persepsi yang baik tentang kualitas layanan meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan atau usaha (Boulding et al.1993). Menurut Beatty et al. (1996) penjual terhadap pembeli sering memiliki dampak positif pada perusahaan/usaha.

Kepuasan adalah bagian dari perilaku pembelian daya konsumen. Konsumen yang ingin membeli produk dan mendapatkan layanan yang baik mereka akan setia. Konsumen yang loyal tidak puas akan menghentikan kesetiiaannya. Hari (1998), menyatakan kepuasan dan bukan kepuasan adalah respon konsumen terhadap kenormalan dan dalam kinerja produk yang bercita-cita setelah penggunaannya.

Kualitas layanan adalah pemenuhan harapan atau konsumen telah menerima layanan yang berkualitas atau tidak. Kualitas jasa adalah keunggulan yang diinginkan

untuk mengendalikan atas keinginan pelanggan untuk memenuhi apa yang di inginkan dapat diperoleh. Jika jasa yang didapat sesuai yang di inginkan maka kualitas jasa diprediksi baik dapat puas.

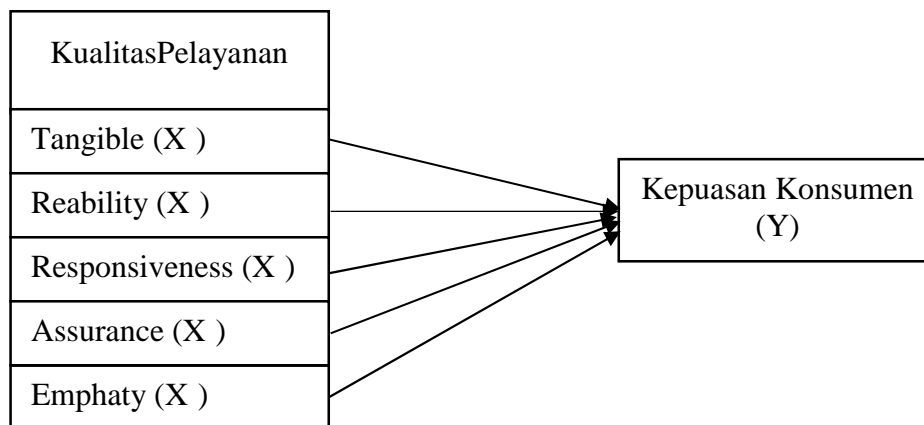
Kepuasan Pelanggan

Pendapat Kotler, kepuasan yaitu perasaan seseorang yang hasilnya dirasa sesuai dengan harapan (Kotler dkk, 2000:52). Tidak puas jika hasil tak sesuai harapan dan keinginan pelanggan (Tjiptono, 2004:349).

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap kinerja yang sesuai dengan apa yang dirasa pelanggan pada saat dia puas.(Rangkuti, 2002:30). Kotler berpendapat (2000:41), yang di gunakan untuk mengukur pelanggan, yaitu:Sistem keluhan dan saran,Survei kepuasan pelanggan,*Ghost Shopping*,Analisa pelanggan yang hilang

Kepuasan pelanggan memberikan masukan kepada perusahaan untuk jadi erat terciptanya loyalitas pelanggan untuk rekomendasi dariteman satu ke teman yang lainnya untuk menguntungkan perusahaan baik dimata pelanggan maupun masyarakat, dan mendapat laba sebanyak banyaknya.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

- H1 : *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- H2 : *Kehandalan / reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- H3 : *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- H4 : *Jaminan/Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H5 : Kepedulian/*Emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Populasi

Populasi dari orang yang berada pada Kedai Ice Cream Gubuk Bambu minimal 2 kali.

Sampel

Sampel penelitian populasi digunakan 100 responden.

Metode Pengambilan Sampel

Penyebaran kuesioner mendatangi orang yang sedang berkunjung di Kedai Ice Cream Gubuk Bambu dan sudah pernah berkunjung di Kedai Ice Cream Gubuk Bambu lebih dari 1 kali. Hasil kuesioner tersebut valid.

Variabel Penelitian, Cara Pengukuran dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian

Penelitian memiliki dua variabel :

1) Variabel Independen

Kualitas Pelayanan (X) Tangible (X_1) Reliability (X_2) Responsiveness (X_3) Assurance (X_4) Emphaty (X_5)

2) Variabel Dependen

1. Kepuasan Konsumen (Y).

Cara Pengukuran

Dengan *skala likert* variabel diukur menjadi indikator variabel. Setelah itu indikator menjadi titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Sangat Setuju (SS) skor 5, Setuju (S) skor 4, Biasa (B) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1.

Definisi Operasional

Tangible (X_1), indikatornya : Bangunan dan interior yang bagus dan menarik, Kebersihan dan kenyamanan, Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan, Kebersihan dan kerapian karyawan. *Reliability* (X_2), indikatornya : Hidangan yang disajikan sesuai dengan pesanan konsumen, Karyawan cepat dalam melayani konsumen, Pelayanan yang memuaskan. *Responsiveness* (X_3), indikatornya : Tanggap terhadap keluhan konsumen, Kesiapan karyawan membantu konsumen, Kecepatan dalam menyelesaikan masalah. *Assurance* (X_4), indikatornya : Keramahan dalam melayani konsumen,

Pengetahuan karyawan mengenai menu yang disajikan, Keamanan konsumen terjamin. *Emphaty*(X_5), indikatornya : Ketersediaan layanan selama berkunjung, Mengetahui keinginan konsumen, Mampu berkomunikasi dengan baik. Kepuasan Konsumen (Y), indikatornya : Kenyamanan yang dirasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan, Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan, Minat untuk selalu membeli produk yang disediakan, Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

Metode Pengumpulan Data :Data Primer,Data Sekunder

Teknik Pengumpulan Data :Kuesioner,Observasi,Studi Pustaka

Metode Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

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

Dimana:

r_{xy} = koefisien korelasi (r-hitung)

x = Skor variabel independen

y = Skor variabel dependen

xy = Hasil kali skor butir dengan skor total

n = Jumlah responden

Uji Reliabilitas

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana:

α = koefisien reliabilitas

r = korelasi antar item

k= jumlah item

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang

umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 (Ghozali, 2005:92).

Uji Heteroskedastisitas

Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005:105).

Uji Normalitas

Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

Analisis regresi Linier Berganda

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

b₁ = Koefisien regresi variabel X1 (*tangible*)

b₂ = Koefisien regresi variabel X2 (*reliability*)

b₃ = Koefisien regresi variabel X3 (*responsiveness*)

b₄ = Koefisien regresi variabel X4 (*assurance*)

b₅ = Koefisien regresi variabel X5 (*empathy*)

X₁ = Bukti fisik (*Tangible*)

X₂ = Keandalan (*Reliability*)

X₃ = Daya tanggap (*Responsiveness*)

X₄ = Jaminan (*Assurance*)

X₅ = Empati kepedulian (*Empathy*)

e = *error* / variabel pengganggu

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Ho : Variabel-variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Ha : Variabel-variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)

Ho : Variabel-variabel bebas tak memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Ha : Variabel-variabel bebas memiliki pengaruh signifikan secara sama terhadap variabel terikatnya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana ditunjukkan besarnya koefisien determinasi (R^2) 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi mendekati satu, dapat dikatakan variabel independen mempengaruhi variabel dependen, koefisien determinasi (R^2) digunakan mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

HASIL PENELITIAN

Usaha Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri dulunya adalah suatu rumah yang dipunyai oleh bapak Muntasir seorang warga Brenggolo, Plosoklaten, Kediri. Sebelum memulai usaha Bapak Muntasir sebelumnya bekerja di bidang pertanian, seiring berjalannya waktu beliau memikirkan untuk merenovasi rumahnya dan membuka usaha kuliner yang memiliki keunikan tersendiri untuk pengunjung berkunjung dan memiliki ciri khas dalam usahanya tersebut.

Pada Mei 2014 beliau memulai usahanya dengan membuka Kedai Ice Cream Gubuk Bambu karena sangat jarang orang lain untuk membuka usaha dengan nama kedai dan menggunakan menu ice cream. Awal dalam melakukan usahanya bapak Muntasir dibantu keluarganya, seiring bertambahnya omset beliau memutuskan untuk mempekerjakan karyawan dan dalam segi menu Kedai Ice Cream Gubuk Bambu memiliki kurang lebih 25 menu, dan sekarang mempunyai 50 menu. Dalam melakukan promosi bapak Muntasir mendatangi sekolah-sekolah untuk memberikan voucher kepada siswa yang berprestasi, yang nantinya siswa yang berprestasi tersebut akan mengajak teman-temannya untuk berkunjung ke Kedai Ice Gubuk Bambu.

Pada 10 April 2018 saya mendatangi Kedai Ice Cream untuk menemui bapak Muntasir dan meminta izin melakukan penelitian dan disetujui oleh beliau, Setelah itu

saya minta data-data dari beliau untuk melakukan penelitian. Usaha yang beralamatkan di Jalan raya Brenggolo no. 19 ini memiliki keunikan tersendiri dari segi sejarah dan lokasi untuk saya melakukan penelitian. Dan pada tanggal 24 April 2018 saya menyebar kuesioner pada konsumen Kedai Ice Cream Gubuk Bambu.

Gambaran Umum Responden

Jumlah responden 100 orang pengumpulan data 100 buah kuesioner. Penentuan sampel orang yang sudah pernah berkunjung ke Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri. Adapun gambaran responden penelitian di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan frekuensi kunjungan.

Responden Menurut Jenis Kelamin

Responden pria 52 orang 52%, wanita 48 orang 48%.

Responden Menurut Umur

100 responden yang merupakan pelanggan Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri, maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan umur. sumber data primer yang diolah peneliti (2018)

Umur responden usia 12 – 18 tahun 29 orang 29%, usia 19 – 30 tahun 56 orang 56%, usia 31-50 tahun 15 orang 15%. total jumlah responden 100 presentase 100%

Responden Menurut Frekuensi Kunjungan

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, (2018) Frekuensi kunjungan 1- 2 kali 40 responden 40%, 3 - 4 kali 28 responden 28 %, lebih dari 4 kali 32 responden 32 %. total jumlah responden 100 presentase 100%

Hasil Penelitian

Analisis Indeks Tanggapan Responden

Analisis dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian khususnya variabel penelitian yang digunakan kuesioner dengan menggunakan skala Likert

$$\text{Nilai Indeks} = ((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)) / 5$$

Dimana :

F1 frekuensi responden 1.

F2 frekuensi responden 2.

F3 frekuensi responden 3.

F5 menjawab 5 skor yang digunakan kuesioner penelitian. angka responden dimulai dari angka 1 hingga 5. angka indeks yang dihasilkan 20 hingga 100 dengan rentang 80. penelitian menggunakan kriteria 3 kotak (*three box method*), rentang 80 dibagi 3 menghasilkan rentang 26,67. Rentang ini akan digunakan untuk menentukan indeks persepsi konsumen terhadap variabel yang digunakan (Ferdinand, 2006:292), yaitu sebagai berikut : $73,36 - 100,00 = \text{Tinggi}$, $46,68 - 73,35 = \text{Sedang}$, $20,00 - 46,67 = \text{Rendah}$

Indeks Tanggapan Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangible*)

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks	Kriteria
		SS	S	B	TS	STS			
1	Bangunan dan interior yang bagus dan menarik	16	61	23	0	0	393	78,6	Tinggi
2	Kebersihan dan kenyamanan	23	67	10	0	0	413	82,6	Tinggi
3	Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan	23	52	21	4	0	394	78,8	Tinggi
4	Kebersihan dan kerapian karyawan	20	48	32	0	0	388	77,6	Tinggi
Jumlah							1.588		
Index X							397,00	79,40	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, (2018)

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai bukti fisik adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (23 \times 3) + (61 \times 4) + (16 \times 5)] / 5 = 78,60$
2. Indikator 2, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (10 \times 3) + (67 \times 4) + (23 \times 5)] / 5 = 82,60$
3. Indikator 3, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (4 \times 2) + (21 \times 3) + (52 \times 4) + (23 \times 5)] / 5 = 78,80$
4. Indikator 4, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (32 \times 3) + (48 \times 4) + (20 \times 5)] / 5 = 78,80$

$$5. \text{ Bukti fisik (X) ,Nilai Indeks} = (78,60 + 82,60 + 78,80 + 77,60) / 4 = 79,40$$

Tanggapan responden memberikan tanggapan penilaian setuju tinggi terhadap bukti fisik (*tangible*) nilai indeks 79,40.

Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks	Kriteria
		SS	S	B	TS	STS			
1	Hidangan yang disajikan sesuai dengan pemesanan	50	42	7	0	0	439	87,80	Tinggi
2	Karyawan cepat dalam melayani konsumen	15	44	38	3	0	371	74,20	Tinggi
3	Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan	25	48	27	0	0	398	76,80	Tinggi
Jumlah							1.208		
Index X							402,66	79,60	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, (2018)

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai kehandalan adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1,Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (7 \times 3) + (42 \times 4) + (50 \times 5)] / 5 = 87,80$
2. Indikator 2,Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (3 \times 2) + (38 \times 3) + (44 \times 4) + (15 \times 5)] / 5 = 74,20$
3. Indikator 3,Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (27 \times 3) + (48 \times 4) + (25 \times 5)] / 5 = 76,80$
4. Kehandalan(X_2) ,Nilai Indeks = $[(87,80 + 74,20 + 76,80)] / 3 = 79,60$

Menunjukkan besarnya responden memberikan tanggapan setuju terhadap aspek kehandalan atau *reliability* dari jasa pelayanan dengan nilai indeks yang tinggi sebesar 79,60.

Indeks Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks	Kriteria
		SS	S	B	TS	STS			
1	Tanggap terhadap keluhan konsumen	20	45	35	0	0	385	77,00	Tinggi
2	Kesediaan karyawan membantu konsumen	15	56	29	0	0	386	77,20	Tinggi
3	Kecepatan dalam menyelesaikan masalah	16	49	35	0	0	381	76,20	Tinggi
Jumlah							1.152		
Index X							384,00	76,80	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, (2018)

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai daya tanggap adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (35 \times 3) + (45 \times 4) + (20 \times 5)] / 5 = 77,00$
2. Indikator 2, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (29 \times 3) + (56 \times 4) + (15 \times 5)] / 5 = 77,20$
3. Indikator 3, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (35 \times 3) + (49 \times 4) + (16 \times 5)] / 5 = 76,20$
4. Daya Tanggap (X_3), Nilai Indeks = $[(77,00 + 77,20 + 76,20)] / 3 = 76,80$

Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri nilai indeks yang tinggi sebesar 76,80.

Indeks Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks	Kriteria
		SS	S	B	TS	STS			
1	Keramahan dalam melayani pelanggan	39	46	15	0	0	424	84,80	Tinggi
2	Pengetahuan karyawan mengenai menu yang disajikan	17	65	16	2	0	397	79,40	Tinggi
3	Keamanan konsumen atau tamu terjamin	24	51	26	1	0	404	80,80	Tinggi
Jumlah							1.225		
Index X							408,33	81,66	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, (2018)

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai jaminan adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (15 \times 3) + (46 \times 4) + (39 \times 5)] / 5 = 84,80$
2. Indikator 2, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (2 \times 2) + (16 \times 3) + (65 \times 4) + (17 \times 5)] / 5 = 79,40$

3. Indikator 3, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (1 \times 2) + (26 \times 3) + (51 \times 4) + (24 \times 5)] / 5 = 80,80$

4. Jaminan (X_4), Nilai Indeks = $[(84,80 + 79,40 + 80,80)] / 3 = 81,66$

Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri nilai indeks sangat tinggi sebesar 81,66.

Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian (*Empathy*)

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks	Kriteria
		SS	S	B	TS	STS			
1	Ketersediaan layanan selama berkunjung	17	54	29	0	0	388	77,60	Tinggi
2	Mengetahui keinginan pelanggan	21	45	30	4	0	383	76,60	Tinggi
3	Mampu Berkomunikasi dengan baik	25	42	31	2	0	390	78,00	Tinggi
Jumlah							1.161		
Index X							387,00	77,40	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, (2018)

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai kepedulian adalah sebagai berikut :

1. Indikator 1, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (29 \times 3) + (54 \times 4) + (17 \times 5)] / 5 = 77,60$

2. Indikator 2, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (4 \times 2) + (30 \times 3) + (45 \times 4) + (21 \times 5)] / 5 = 76,60$

3. Indikator 3, Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (1 \times 2) + (26 \times 3) + (51 \times 4) + (24 \times 5)] / 5 = 78,00$

4. Kepedulian (X_5), Nilai Indeks = $[(77,60 + 76,60 + 78,00)] / 3 = 77,40$

Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri dalam pelayanan yang diberikannya nilai indeks yang tinggi sebesar 77,40.

Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

No	Indikator	Skor					Jumlah	Indeks	Kriteria
		SS	S	B	TS	STS			
1	Kenyamanan yang di rasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan	33	50	17	0	0	422	84,40	Tinggi
2	Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan	29	54	17	0	0	412	82,40	Tinggi
3	Minat untuk selalu membeli produk yang disediakan	29	48	23	0	0	406	81,20	Tinggi
4	Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan	37	41	22	0	0	415	83,00	Tinggi
Jumlah							1.655		
Rata-rata							413,75	82,75	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah peneliti, (2018)

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai kepuasan adalah sebagai berikut :

$$1. \text{ Indikator 1, Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (0 \times 2) + (17 \times 3) + (50 \times 4) + (33 \times 5)] / 5 = 84,40$$

$$2. \text{ Indikator 2, Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (0 \times 2) + (17 \times 3) + (54 \times 4) + (29 \times 5)] / 5 = 82,40$$

$$3. \text{ Indikator 3, Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (0 \times 2) + (23 \times 3) + (48 \times 4) + (29 \times 5)] / 5 = 81,20$$

$$4. \text{ Indikator 4, Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (0 \times 2) + (22 \times 3) + (41 \times 4) + (37 \times 5)] / 5 = 83,00$$

$$5. \text{ Kepuasan (Y) ,Nilai Indeks} = (84,40 + 82,40 + 81,20 + 83,00) / 4 = 82,75$$

Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kadiri, dengan nilai indeks yang tinggi sebesar 82,75.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Variabel Bukti Fisik (X_1) indikator Bangunan dan interior yang bagus dan menarik r Hitung 0.545 r Tabel 0.217 valid. indikator Kebersihan dan kenyamanan r Hitung 0.642 r Tabel 0.217 valid. Indikator Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan r Hitung 0.511 r Tabel 0.217 valid. indikator kebersihan dan karyawan r Hitung 0.629 r Tabel 0.217 valid.

Variabel kehandalan (X_2) indikator Hidangan yang disajikan sesuai dengan pemesanan r Hitung 0.489 r Tabel 0.217 valid. indikator Karyawan cepat dalam melayani konsumen r Hitung 0.661 r Tabel 0.217 valid. Indikator Kelengkapan fasilitas yang ditawarkan r Hitung 0.695 r Tabel 0.217 valid.

Variabel Daya Tanggap (X_3) indikator Tanggap terhadap keluhan konsumen r Hitung 0.673 r Tabel 0.217 valid. indikator kesedian karyawan membantu konsumen r Hitung 0.602 r Tabel 0.217 valid. indikator kecepatan dalam menyelesaikan masalah r Hitung 0.629 r Tabel 0.217 valid.

Variabel Jaminan (X_4) indikator pengetahuan dalam melayani pelanggan r Hitung 0.519 r Tabel 0.217 valid. indikator pengetahuan karyawan mengenai menu yang disajikan r Hitung 0.393 r Tabel 0.217 valid. Indikator keamanan konsumen atau tamu terjamin r Hitung 0.570 r Tabel 0.217 valid.

Variabel kepedulian (X_5) indikator ketersediaan layanan selama berkunjung r Hitung 0.648 r Tabel 0.217 valid. Indikator mengetahui keinginan pelanggan r Hitung 0.625 r Tabel 0.217 valid. indikator mampu berkomunikasi dengan baik r Hitung 0.605 r Tabel 0.217 valid.

Variabel kepuasan (Y) indikator Kenyamanan yang di rasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan r Hitung 0.738 r Tabel 0.217 valid. indikator Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan r Hitung 0.790 r Tabel 0.217 valid. indikator Minat untuk selalu membeli produk yang disediakan r Hitung 0.574 r Tabel 0.217 valid. indikator Perasaan puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan r Hitung 0.700 r Tabel 0.217 valid.

Indikator untuk mengukur variabel nilai korelasi 0,217.

Uji Reliabilitas

Variabel Bukti fisik 0.803 reliabel, kehandalan 0.666 reliabel, daya tanggap 0.851 reliabel, jaminan 0.507 tidak reliabel. kepedulian 0.750 reliabel. kepuasan 0.809 reliabel. Hasil uji reliabilitas 0,600 hampir semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner.

Uji Asumsi Klasik

Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model ada masalah asumsi klasik maka dilakukan langkah revisi model untuk penyembuhan menghilangkan suatu masalah .

Uji Multi kolinearitas

Variabel Bukti fisik 1.491 tidak multi kolonier, kehandalan 1.915 tidak multi kolonier, daya tanggap 1.526 tidak multi kolonier ,jaminan 1.500 tidak multi kolonier. kepedulian 1.562. tidak multi kolonier. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Bila titik-titik data penyebar berada di atas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik data tidak membentuk pola. Hal ini bias disimpulkan bahwa ciri-ciri terpenuhi, sehingga dapat dikatakan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi dari hasil bentuk persamaan regresi :

$$Y = 0,155 X + 0,205 X + 0,123 X + 0,191 X + 0,368 X$$

Persamaan regresi sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi variabel bukti fisik memiliki arah positif untuk berpengaruh kepuasan konsumen.
- b. Koefisien regresi variabel keadaan memiliki arah positif untuk berpengaruh kepuasan konsumen.
- c. Koefisien regresi variabel daya tanggap memiliki arah positif untuk berpengaruh kepuasan konsumen.
- d. Koefisien regresi variabel jaminan memiliki arah positif untuk berpengaruh kepuasan konsumen.
- e. Koefisien regresi variabel kepedulian memiliki arah positif untuk berpengaruh kepuasan konsumen .

Hasil koefisien regresi berganda telah dijelaskan akan dilakukan pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan.

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t.

1. Variabel Bukti Fisik (*tangible*)

Nilai t variabel tampilan fisik (*tangible*) nilai t = 2,055 nilai signifikansi 0,043 < 0,05.

2. Variabel Keandalan (*reliability*)

Nilai t variabel keandalan (*reliability*) nilai t = 2,397 nilai signifikansi 0,018 < 0,05.

3. Variabel Daya tanggap (*responsiveness*)

Nilai t = 1,612 nilai signifikansi sebesar 0,110 > 0,05.

4. Variabel Jaminan (*assurance*)

Nilai t = 2,526 dengan nilai signifikansi sebesar 0,013 < 0,05.

5. Variabel kepedulian (*empathy*)

Nilai t = 4,756 nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 33,465 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.

Koefisien Determinasi (R^2)

Adjusted R² sebesar 0,621 berarti 62,1% kepuasan konsumen dipengaruhi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian 37,9%.

Pembahasan

Peneliti keterbatasan penelitian hanya memfokuskan 5 dimensi kualitas pelayanan terdiri *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen sebesar 62,1% . Dan sisanya sebesar 37,9% dipengaruhi variabel lain.

Hasil penelitian ini dapat dilaksanakan oleh Safira Farizah Nasbir (2017), Ratih Hardiyati (2010), Christiana Afrianti (2014) yang mengatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan.

Kesimpulan semakin baik pemahaman kualitas pelayanan maka tujuan kepuasan pelanggan akan semakin efektif. karena konsep pemahaman kualitas dapat dilihat pada kemauan pelanggan, pemahaman pelanggan untuk mengetahui apa yang dihadapi permasalahan pelanggan maka pelanggan akan merasa suka dengan layanan Kedai Ice Cream Gubuk .

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dilakukan penelitian persamaan regresi : $Y = 0,155 X_1 + 0,205 X_2 + 0,123 X_3 + 0,191 X_4 + 0,368 X_5$

Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis variabel bukti fisik (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,155 terhadap kepuasan konsumen (Y) nilai t hitung sebesar 2,055 dengan tingkat signifikansi 0,043 (< 0.05).
2. Hasil analisis variabel kehandalan (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,205 terhadap kepuasan konsumen (Y) nilai t hitung sebesar 2,397 dengan tingkat signifikansi 0,018 (< 0.05).
3. Hasil analisis variabel daya tanggap (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,123 (bertanda negatif) kepuasan konsumen (Y) nilai t hitung sebesar 1,612 dengan tingkat signifikansi (0,110 >) 0.05.
4. Hasil analisis variabel jaminan (X_4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,191 kepuasan konsumen (Y) nilai t hitung sebesar 2,526 dengan tingkat signifikansi 0,013 (< 0.05).
5. Hasil analisis diperoleh bahwa variable kepedulian (X_5) memiliki koefisien regresi 0,368 kepuasan konsumen (Y) nilai t hitung 4,756 tingkat signifikansi 0,000 (< 0.05).
6. Nilai *Adjusted R square* 0,621. Hal ini berarti bahwa 62,1% kepuasan konsumen (Y) variabel bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan kepedulian (X_5). Sedangkan 37,9% yang tidak diteliti dalam penelitian

Saran

Kualitas pelayanan yang dikasihikan oleh Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri sebagai berikut :

1. Pihak Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri perlu memperhatikan variabel daya tanggap yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen, yaitu: Tanggap terhadap keluhan konsumen, Ketersediaan karyawan membantu konsumen, Kecepatan dalam menyelesaikan masalah
2. Dalam penelitian ini kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas pelayanan sebesar 37,9%, maka pihak Kedai Ice Cream Gubuk Bambu Kabupaten Kediri memiliki faktor lain tersebut dapat berupa faktor kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), daya tarik produk terhadap panca indera (*estetika*) dan promosi (*promotion*) yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Sebagai referensi peneliti dan lebih memperluas variabel independen lain selain bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan kepedulian untuk mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen misal mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen dan dapat memperluas lagi objek yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, Christiana. 2014. *Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Kediri*. Kediri: Penerbit Universitas Kediri
- Asep M. Ramdan. 2008 Oktober 22. *Hubungan Kualitas Jasa dan Kepuasan Konsumen*. (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>).
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*. Usahawan, No.5
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Freddy Rangkuti. 2002. *Measuring Customer Satisfaction (cetakan ketiga)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gandung Satriyono & Desi Kristanti. (2018). Pengaruh kepuasan pasien pada kualitas layanan Rawat Inap terhadap niat Discharge Against Medical Advice (DAMA) (Studi di Rumah Sakit Umum Daerah Pare Kabupaten Kediri). *Ekonika*, 3(2), 136–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i2.190>
- Putra, Y. P. (2014). *Formulasi Strategi Bersaing Pada Universitas Kediri Dalam Menghadapi Persaingan Antar Perguruan Tinggi Sejenis di Kota Kediri*. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Yunanto, Y. (2016). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan disiplin kerja karyawan terhadap kepuasan pasien askes di pt askes kediri. *Ekonika*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.3>

- Hardiyati, Ratih. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Argowisata Kebun Teh Pagilaran*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi pertama)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium)*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- M. Nur Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasbir, Safira Farizah. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*. Kendari: Penerbit Universitas Halu Oleo
- Rambat Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. Jakarta: PT salemba Empat.
- S. Azwar. 1997. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : AMUS Jogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153165.