



Tersedia online di
<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek>



Risk

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cuci Mobil Dan Motor Pada Hagga Kediri)

Efanta¹

¹ Fakultas Ekonomi Universitas Kediri

¹ efanta@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, studi kasus yang dilakukan penelitian ini di cuci mobil dan motor Hagga Kediri. Hasil pengujian secara statistik didapati semua variabel bebasnya berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya, jadi semakin tinggi pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) maka akan semakin tinggi pula variabel Y (Kepuasan Konsumen). Didapatkan hasil dari pengujian lain yaitu nilai F_{hitung} 10,186 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sementara nilai F_{tabel} didapatkan sebesar 2,427, dari keterangan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh secara simultan. Dari penjelasan diatas dapat diuraikan dengan jelas bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada cuci mobil dan motor di Hagga Kediri.

Artikel History:

Artikel masuk : 06-11-2020

Artikel revisi : 06-11-2020

Artikel diterima : 12-11-2020

Keywords:

Service Quality, Consumer Satisfaction.

ABSTRACT

This research was conducted with the intent and purpose to determine the effect of service quality on customer satisfaction, a case study conducted in the car wash and motorcycle Hagga Kediri. The test results statistically found all independent variables significantly influence the dependent variable, so the higher the influence of variable X (Service Quality), the higher the variable Y (Consumer Satisfaction). Obtained the results of other tests, namely the value of F_{count} 10.186 with a significance of $0.000 < 0.05$ while the F_{table} value obtained for 2.427, from the statement it can be concluded that there is a simultaneous effect. From the explanation above it can be clearly explained that the quality of service has a significant effect on consumer satisfaction with car and motorcycle wash in Hagga Kediri.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman usaha dalam bidang cuci mobil maupun motor juga mengalami perkembangan yang pesat, dengan memanfaatkan kemajuan teknologi banyak tempat cuci mobil dan motor yang berlomba-lomba untuk memajukan usahanya tersebut. Demikian juga pelayanan terhadap konsumen yang semakin membaik dengan tujuan menjaga konsumen agar tetap setia pada layanan yang ditawarkan. Pendekatan perusahaan dalam memberikan layanan guna memudahkan para konsumen dalam pencapaian kepuasan yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkannya. Peningkatan laba perusahaan seiring dengan loyalitas konsumen yang diikuti dengan tambahnya para konsumen yang sesuai dengan harapan pengusaha dalam menjalankan usahanya. Usaha cuci mobil dan motor selalu mencari cara yang dapat menarik para pelanggan antarai lain dengan mengutamakan mutu pelayanan, produk yang baik, harga dan tempat yang bias menyebabkan pelanggan tersebut merasa puas atas apa yang diperolehnya. Konsekuensi atas pendekatan pelayanan melalui suatu konsumen memiliki peranan penting bagi pihak pelanggan konsumen untuk mempertahankan diri dan meningkatkan produk-produk dalam menghadapi persaingan. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa bias juga puas atau tidak puas yang timbul di hati seseorang karena membandingkan kinerja yang dilakukan dengan hasil tentunya sesuai ekspetasi mereka. Bagi konsumen atau pelanggan jika kinerja karyawan yang dilakukan sesuai dengan ekspetasi bahkan bias melebihi maka konsumen tersebut pastinya puas, namun sebaliknya jika kinerjanya tidak sesuai harapan maka bukan tidak mungkin pelanggan atau konsumen tersebut akan merasa tidak puas, sehingga bagi pengusaha dalam persaingannya dengan pengusaha lain bersaing dalam memberikan kepuasan kepada konsumennya agar tetap terpenuhi atau melebihi harapan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan maupun sebaliknya adalah hal atau perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan, jadi pada dasarnya kepuasan pelanggan tergantung pada hasil kinerja suatu barang maupun jasa sekurang-kurangnya harus bersama-sama dengan apa yang diharapkan. Dari penjelasan diatas terlihat bahwa kepuasan konsumen lebih merupakan prioritas tersendiri bagi kinerja suatu perusahaan. Kepuasan konsumen pada dasarnya dapat berorientasi kepada kepentingan konsumen (*Consumer Oriented*) dalam suatu kinerja perusahaan yang bergerak dibidang jasa.

Cuci mobil dan motor Hagga Kediri merupakan jasa pencucian yang memiliki peranan untuk melayani kepentingan masyarakat umum terutama dibidang jasa,

selain itu juga menyediakan ganti oli, pengisian angin/nitrogen, penjualan sparepart mobil dan motor. Kendaraan pribadi yang sering dipakai diharapkan senantiasa bersih dalam penggunaannya dirasa nyaman. Pencucian kendaraan mobil dan motor bisa membantu para pemilik kendaraan dalam merawat kebersihan kendaraan, agar nyaman saat di kendarai. Tempat pencucian kendaraan mobil dan motor dapat membantu para pemilik kendaraan dalam merawat dan menjaga kebersihan kendaraan agar selalu nyaman ketika dipakai. Melihat dari sector usaha tersebut, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan selanjutnya dalam melakukan kegiatan penjualan jasa pada cuci mobil dan motor di Hagga Kediri tiap bulannya dapat di lihat pada tabel di bawah.

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Pelanggan Jasa Cuci Mobil dan Motor Hagga Periode Bulan Juni 2018 – Mei 2019 Kabupaten Kediri

No	Bulan	Jenis Kendaraan		Jumlah
		Mobil	Motor	
1	Juni 2018	400	810	1210
2	Juli 2018	254	545	799
3	Agustus 2018	254	554	808
4	September 2018	276	700	976
5	Oktober 2018	236	535	771
6	November 2018	265	531	796
7	Desember 2018	290	484	774
8	Januari 2019	271	532	794
9	Februari 2019	259	492	751
10	Maret 2019	314	533	847
11	April 2019	251	426	677
12	Mei 2019	251	482	733
Total		3321	6615	9936
Rata-rata Per Hari		276	551	828

Sumber: Cuci mobil dan motor Hagga Kediri, 2019

Tabel 1.2 Jenis Kendaraan dan Tarif Cucian pada Hagga Kediri

No	Jenis Kendaraan	Tarif Cucian
1	Mobil	Rp. 40.000
2	Motor	Rp. 12.000

Sumber: Cuci mobil dan motor Hagga Kediri, 2019

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini antara lain:

Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh baik itu secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan consume pada Cuci motor dan mobil Hagga Kediri. Selanjutnya input data dalam penelitian ini bias dilihat pada bagian Bab 4, serta pengaruh antara variabel keduanya bias dilihat pada hasil dan pembahasan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Guli & Uli Wildan (2017)	Analisis Keberhasilan Usaha Cuci Sepeda Motor di Kota Serang dilihat dari besarnya Modal, Kualitas Pelayanan dan Harga.	Variabel: 1. Modal 2. Kualitas Pelayanan 3. Harga Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan membuktikan adanya pengaruh secara parsial maupun secara signifikan yaitu variabel modal, kualitas pelayanan dan harga. Hasil pengujian variabel secara simultan lebih positif serti uji keberhasilan usaha steam motor yang dilakukan oleh kepuasan konsumen.
2	Fani & Kristina (2012)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Benz Auto Car Wash & Salon	Variabel: 1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empathy</i> Alat Analisis: Analisis Deskriptif Regresi Linier Sederhadan dan Koefisien Determinasi	Secara keseluruhan kualitas pelayanan memiliki nilai kategori "baik". Untuk jangka waktu pada loyalitas pelanggan dapat terbentuk "cukup tinggi" kualitas pelayanan Benz Auto Car Wash & Salon dapat membentuk secara loyalitas pelanggan.
3	Felix (2017)	Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda	Variabel: 1. <i>Reliability</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i> 4. <i>Emphaty</i> 5. <i>Tangibles</i> 6. <i>Customer Satisfaction</i> 7. <i>Word Of Mouth</i> Alat Analisis: Analisa Karakteristik Konsumen, <i>Means</i> , dan <i>Pearson's Linear Correlation Coefficient</i> .	"Level Service Quality dan Level Customer Satisfaction di BPR adalah tinggi. Adanya pengaruh antara Service Quality terhadap Customer Satisfaction di BPR namun tidak signifikan".
4	Ida Ayu & Jatra (2015)	Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur	Variabel: 1. Kehandalan 2. Daya Tanggap 3. Jaminan 4. Empati 5. Wujud Fisik 6. Kepuasan Konsumen Alat Analisis:	"Variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Baruna Sanur".

			Regresi Linier Berganda	
5	Mega Ayu N (2018)	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Konsumen memilih jasa cuci stream “Maju Abadi Cuci Stream” Desa Lemah Putih Kecamatan Lemah Sugih Kabupaten Majalengka	Variabel: 1. Promosi 2. Keputusan Konsumen Alat Analisis: Analisis Deskriptif dan Ecplanatory.	Hasil Penelitian menunjukkan hubungan koefisien regresi sangat kuat dan nilai promosi yang dilakukan promosi (X) dan keputusan pembelian (Y) lebih meningkat pada peningkatan promosi terhadap keputusan konsumen.

Sumber: Guli dan Uli Wildan (2017), Fani dan Kristina (2012), Felix (2107), Ida Ayu dan Jatra (2015), Mega Ayu N (2018).

Landasan Teori

Menurut (Tjiptono dan Sunyoto,2012) “kualitas merupakan sebuah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. “(Sunyoto,2012) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan”. Menurut (Fandy Tjiptono, 2012:157) “kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus layanan mampu dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Definisi lain yang dikutip oleh (Fandy Tjiptono, 2012:270) “menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Selanjutnya kualitas pelayanan menurut (Mauludin, 2013:67) “mengemukakan bahwa kualitas pelayanan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima”. Berdasarkan pengertian menurut para ahli yang telah diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang keluaran atau *outputnya* bukan produk konsumsi, bersmaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah yang bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipresepsikan atau diartikan rendah atau kurang memuaskan. “Menurut Parasuraman yang dikutip Tjiptono (2011:198), terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan sebagai berikut”:

1. Reabilitas (*Reability*)

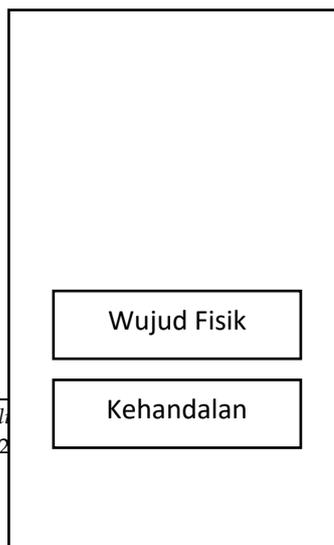
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empaty*)
5. Bukti Fisik (*Tangible*)

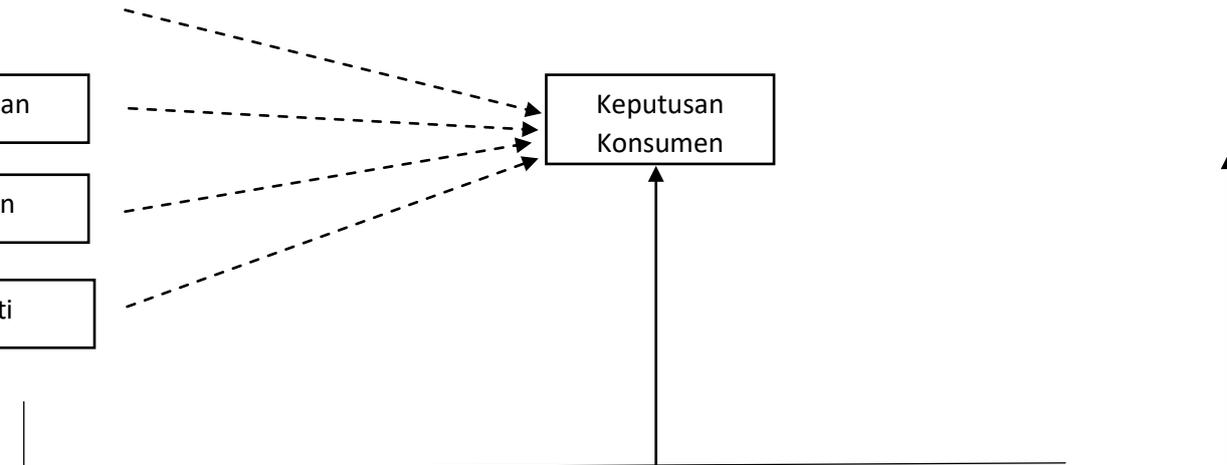
Menurut (Wirtz & Lovelock, 2011:74) “kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan”. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2013:301) “kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik”. “Menurut (Irawan, 2012:67) dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk maupun jasa”. “Sebagai yang disebutkan oleh Richard Oliver : kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang”.. “Kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang kita perkirakan disukai oleh pelanggan, berarti kita harus memberikan kepada mereka apa yang sebenarnya mereka inginkan (*want*), kapan (*when*), dan cara mereka memperolehnya (*the way the want it*) (Oka A. Yoeti,2005:67)”.

Kerangka Berfikir

“Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting dan juga merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi obyek permasalahan (Sugiyono, 2017:60)”. Sementara menurut teori lain menyebutkan bahwa “Kerangka berfikir adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian, dan mempresentasikan suatu himpunan dari beberapa

konsen serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009)”. Kerangka berpikir dalam penelitian ini:



**Keterangan:**

..... (Parsial)

———— (Simultan)

Hipotesis Penelitian

“Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Bukti Fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada cuci mobil dan motor Hagga Kediri

H₂: Kehandalan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada cuci mobil dan motor di Hagga Kediri

H₃: Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada cuci mobil dan motor Hagga Kediri

H₄: Jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada cuci mobil dan motor Hagga Kediri

H₅: Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada cuci mobil dan motor Hagga Kediri

H₆: Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada cuci mobil dan motor di Hagga Kediri”.

METODE PENELITIAN

Menurut (Sugiyono, 2017:2) “metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017:80) “populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek-subyek yang mempunyai dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. “Populasi dalam penelitian ini adalah konsume yang datang di Cuci mobil dan motor Hagga Kediri. Selanjutnya pengertian Sampel menurut (Sugiyono, 2017:81) “adalah bagian bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena sampel yang diambil dari populasi itu”.

Metode Pengambilan Sampel

“Teknik pengambilan sampel dalam penelitian adalah dengan menggunakan *Non-Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Lubis,2018:231)”. Hal ini dilakukan karena keterbatasan waktu yang ada. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Cara pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dimana pelanggan atau konsumen yang datang pada tempat cuci mobil dan motor Hagga Kediri di semua cucian dalam kurun waktu satu bulan. Sampel yang diambil dalam ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah datang minimal 2 kali di Hagga Kediri.
2. Konsumen memiliki hubungan komunikasi yang baik.
3. Konsumen yang bertempat tinggal di sekitar Kota Kediri.
4. Konsumen yang datang bulan Mei 2019 dengan sampel yang diambil dan diberi kuesioner jumlahnya 50 responden.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2012:61) “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, obyek maupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. “Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu Kepuasan Konsumen sedangkan variabel bebasnya Kualitas Pelayanan”. Variabel bebas atau variabel independen menurut (Sugiyono, 2011:61) “ adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent”. Sedangkan variabel terikat atau dependen menurut (Sugiyono, 2011:61) “yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. “Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah *Tangible (X1)*, *Reliability (X2)*, *Responsiveness (X3)*, *Assurance (X4)* dan *Emphaty (X5)*”.

Definisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2015) “ definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat nilai dari suatu obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Metode analisis data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengertian uji validitas menurut (Sugiyono, 2016:177) “adalah dimana hasil tersebut menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, maka peneliti perlu mengkorelasikan skor item dengan total item tersebut jika koefisien antara item dengan total item sama dengan atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika nilainya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid”. Uji reliabilitas menurut (Sugiyono, 2016:177) “uji reliabilitas dalam penelitian digunakan metode *split half item* hal tersebut dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok ganjil dan kelompok genap, kemudian masing-masing kelompok skor tiap itemnya dijumlahkan sehingga menghasilkan skor total dan apabila korelasinya 0,7 maka bisa dinyatakan item tersebut memberikan tingkat reliabel yang cukup, dan sebaliknya jika nilai korelasinya dibawah 0,7 maka item tersebut kurang reliabel”. Adapun tujuan lain dari pengujian reliabilitas adalah untuk menunjukkan konsistensi dari jawaban reponden terhadap kuesioner yang diajukan, karena apabila dari uji reliabilitas ini menunjukkan konsistensi yang rendah maka kemungkinannya adalah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tidak dipahami atau di mengerti oleh responden. Penentuan reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha* dan r tabelnya.

Uji Asumsiklasik

Sebelum melakukan analisis korelasi dan regresi ada beberapa pengujian yang harus dilakukan terlebih dahulu, hal ini nantinya untuk mengetahui apakah model yang diuji tersebut mewakili atau mendekati kenyataan yang ada. Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan diantara lain:

Yang pertama adalah dengan melakukan uji Normalitas, menurut (Santoso, 2012:239) “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak”. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas yaitu:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusinya normal

2. Jika probabilitasnya $< 0,05$ maka distribusinya tidak normal.

Selanjutnya adalah dengan melakukan uji Heteroskedastisitas, menurut (Gujarati, 2012:406) “untuk menguji ada tidaknya gejala heteroskedastisitas digunakan uji *rank speraman* yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*)”. “Untuk mendeteksi apakah ada gejala heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas yang kemudian menentukan nilai absolute residual, selanjutnya meregresikan nilai absolute residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika ada nilai koefisien antara korelasi variabel X&Y dengan nilai absolut dari residual signifikan maka kesimpulannya terdapat dan ada gejala heteroskedastisitas”.

“Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa cuci mobil dan motor Hagga Kediri”. “Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi suatu persamaan (Purnomo, 2016:82)”.

Uji Hipotesis

“Menurut (Purnomo, 2016:84) uji F atau pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel. Sementara itu Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) secara terpisah atau parsial.

Koefisien Determinasi

Menurut (Ghozali, 2012:97) Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi antara 0 dan 1. Koefisien determinasi sama dengan 0 berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, apabila semakin mendekati 1 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jadi pada dasarnya nilai mendekati 1 atau 1 maka nilai tersebutlah yang sangat berpengaruh karena uji koefisien determinasi bertujuan untuk mencari hasil tersebut.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Program SPSS v25 sangat membantu saat melakukan uji validitas dengan menggunakan metode analisis korelasi. Jika nilai signifikansi menunjukkan hasil kurang dari 0,05 maka hal tersebut menunjukkan sebagai item yang valid.

Hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Wujud Fisik			
	- Indikator 1	0.422	0.2732	Valid
	- Indikator 2	0.422	0.2732	Valid
	- Indikator 3	0.422	0.2732	Valid
2	Kehandalan			
	- Indikator 1	0.486	0.2732	Valid
	- Indikator 2	0.486	0.2732	Valid
	- Indikator 3	0.486	0.2732	Valid
3	Ketangapan			
	- Indikator 1	0.552	0.2732	Valid
	- Indikator 2	0.552	0.2732	Valid
4	Jaminan			
	- Indikator 1	0.279	0.2732	Valid
	- Indikator 2	0.279	0.2732	Valid
	- Indikator 3	0.279	0.2732	Valid
5	Empati			
	- Indikator 1	0.4465	0.2732	Valid
	- Indikator 2	0.4465	0.2732	Valid
6	Kepuasan			
	- Indikator 1	0.508	0.2732	Valid
	- Indikator 2	0.508	0.2732	Valid
	- Indikator 3	0.508	0.2732	Valid
	- Indikator 4	0.508	0.2732	Valid
	- Indikator 5	0.508	0.2732	Valid
	- Indikator 6	0.508	0.2732	Valid
- Indikator 7	0.508	0.2732	Valid	

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2019

Dari hasil pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa semua indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari

0,2732. Dari hasil tersebut menunjukkan dan dapat disimpulkan bahwa semua indikator adalah **Valid**.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

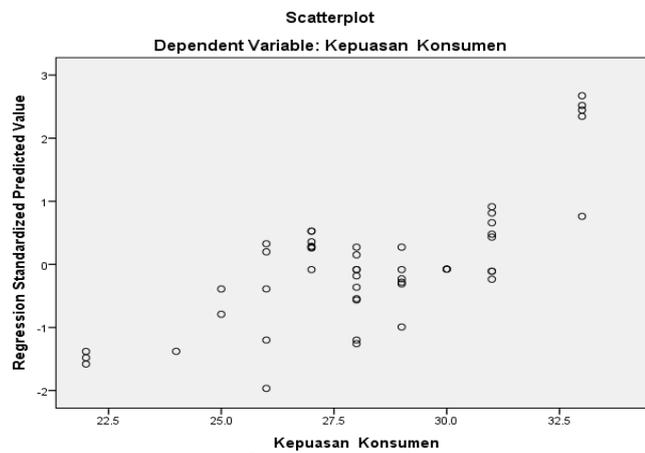
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,720	24

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2019

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai variabel koefisien *Cronbach's Alpha* yang cukup besar yaitu diatas 0,720 sedangkan nilai r_{tabel} pada signifikansi 5% dengan $n=50$, didapat sebesar 0,2732 (maka $0,880 > 0,2028$). Dari penjelasan tersebut maka dapat dinyatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel kuesioner adalah **reliabel** yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal dan baik.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

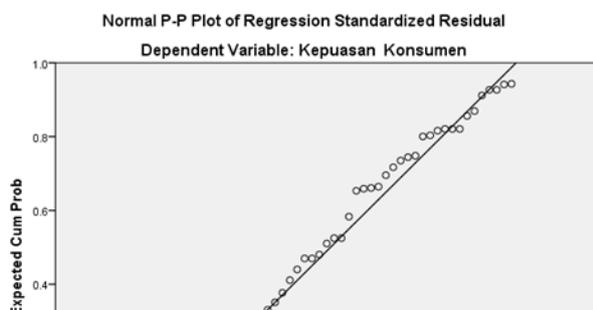


Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2019

Dari *scatterplot* diatas dapat dilihat semua titik-titik tersebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas pada model regresi tersebut.

Uji Normalitas

Tabel 4.4 Uji Normalitas



Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2019

Dari hasil pengujian yang dilakukan diatas menunjukkan bahwa seluruh titik berada tidak jauh dari garis diagonal tersebar secara menyeluruh dari titik 0 sampai dengan 1. Hal itu mempunyai makna bahwa regresi tersebut sudah berdistribusi secara normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.549	5.120		-.303	.004
Wujud Fisik	.204	.250	.110	.815	.000
Kehandalan	.464	.294	.214	1.579	.002
Tanggapan	.940	.353	.370	2.665	.001
Jaminan	.259	.207	.140	1.254	.000
Empati	.571	.269	.298	2.125	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2019

Dari hasil pada pengujian analisis regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien variabel *wujud fisik*, *kehandalan*, *Tanggapan*, *Jaminan* dan *Empati* mempunyai arah positif pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis

Dari hasil pengujian yang dilakukan diatas, variabel X1 atau wujud fisik mempunyai nilai t_{hitung} $0,000 < 0,05$ dengan pengaruh signifikan, dari hasil tersebut maka H1 **diterima**. Selanjutnya X2 yakni kehandalan memiliki nilai t_{hitung}

1,579 dengan nilai signifikansinya $0,002 < 0,05$ dimana bermuatan signifikan dari hasil tersebut maka H2 **diterima**. Dari hasil pengujian lainnya X3 mempunyai nilai t_{hitung} 2,665 signifikansinya sebesar $0,001 < 0,05$ maka H3 **diterima**. Dalam pengujian selanjutnya X4 mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 1,254 dengan signifikansi sebesar 0,000 berpengaruh positif jadi H4 **diterima**. Variabel X5 memiliki nilai t_{hitung} 2,125 dengan signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ dimana berpengaruh positif hal ini berarti H5 **diterima**.

Tabel 4.6 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	203.273	5	40.655	10.186	.000 ^a
	Residual	175.607	44	3.991		
	Total	378.880	49			

a. Predictors: (Constant), Empati, Kehandalan, Jaminan, Wujud Fisik, Tanggapan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2019

Tabel diatas menunjukkan nilai $F_{hitung} = 10,186$ dengan signifikansi sebesar 0,000 $< 0,05$. Nilai $F_{hitung} (10,186) > F_{tabel} (2,427)$ berarti berpengaruh secara simultan.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.537	.484	1.998

Sumber: Data Primer diolah Peneliti,2019

Pada tabel *adjusted R square* di atas dapat dijelaskan bahwa nilai antara 0-1 dimana nilai yang mendekati 1 berarti semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. (Perdana, 2016:65).

Jika melihat pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa kepuasan konsumen sebesar 48,4% dipengaruhi oleh indikator dari variabel kualitas pelayanan yakni bukti fisik, kehandalan, empati, daya tanggap dan jaminan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 51,6% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya yang tidak dikaji didalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, secara statistik dapat dilihat dengan jelas bahwa pada pengaruh parsial semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh dari kelima variabel tersebut bersifat positif dan

signifikan artinya semakin tinggi indikator dari variabel kualitas pelayanan hal tersebut akan mengakibatkan semakin tinggi juga kepuasan konsumen yang dihasilkan. Selain itu pada pengujian lain terdapat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, dengan melakukan uji F. Hasil perhitungan memiliki hasil nilai F_{hitung} 10,186 dengan signifikansi dibawah 0,05. Nilai F_{hitung} (10,186) > F_{tabel} (2,427) yang berarti berpengaruh juga secara simultan.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada cuci mobil dan motor di Hagga Kediri.

KESIMPULAN & SARAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini maka di dapatkan nilai persamaan seperti di bawah ini :

$$Y=0,110X_1+0,214X_2+0,370X_3+0,140X_4+0,298X_5+e$$

Dari persamaan regresi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil pengujian diatas didapatkan nilai dari variabel (X1) yakni wujud fisik dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,110 bernilai positif dengan nilai t_{hitung} 0,815 tingkat signifikansinya bernilai $0,000 < 0,05$. Dengan demikian $H1$ **diterima**. Untuk hasil berikutnya diperoleh nilai dari variabel (X2) atau variabel kehandalan dengan nilai 0,241 bernilai positif, nilai t_{hitung} 1,579 dengan signifikansi $0,002 < 0,05$ hal tersebut berarti bahwa $H2$ **diterima**. Pada hasil variabel (X3) yaitu daya tanggap didapatkan nilai t_{hitung} 2,665 dengan nilai koefisien regresinya 0,370 bernilai positif sementara signifikansinya $0,001 < 0,05$ hal ini juga berarti bahwa $H3$ **diterima**. Diperoleh nilai hasil dari variabel (X4) atau jaminan 0,140 yang juga bermuatan positif nilai t_{hitung} 1,245 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal tersebut menyatakan bahwa $H4$ **diterima**. Pada pengujian didalam variabel empati (X5) memiliki nilai koefisien regresi 0,298 bernilai positif dengan nilai t_{hitung} 2,125 hal tersebut tentunya mendukung $H5$ untuk **diterima**.

Pada pengujian terakhir didapatkan hasil dari nilai *Adjusted R Square* koefisien determinasi sebesar 0,484. Hasil tersebut tentunya berarti bahwa 48,4% kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 51,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Saran untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saat ini perkembangan teknologi semakin besar, banyak aplikasi lewat internet yang bisa digunakan untuk para pelanggan HAGGA KEDIRI sehingga pelanggan merasa lebih cepat terpenuhi keinginan mendapatkan pelayanan pencucian mobil dan motor semakin modern dan memuaskan.

Untuk peneliti berikutnya :

Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain untuk dapat membantu dalam mengolah data juga tentunya menemukan hal-hal baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Gujarati. (2012). Pengaruh Good Cooperate Governance dan Earning Power Pada Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Peserta CGPI yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). *Skripsi*, 6, 1–32.
[http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB III nita - revisi.pdf](http://repository.unpas.ac.id/5617/6/BAB%20III%20nita%20revisi.pdf)
<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/5617>
- Mauludin. (2013). Penjaminan Mutu Pelayanan Kesehatan dan Akseptabilitasnya. *Jakarta : Penerbit Erlangga*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2011). "Aini Qurrotullain, 2013 Penggunaan Metode Preview, Resd, Summarre, Test (PQRST) Dalam Meningkatkan Kemampuan Pada Siswa Tunarungu Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu/perpustakaan.upi.edu) / perpustakaan.upi.edu".
- Sugiyono. (2016). Pengertian Uji Validitas Dan Reliabilitas Menurut Para Ahli. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2017a). Pengaruh Kompetensi Karyawan Dan Budaya Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Karyawan PT Telkom Indonesia. *Repository*, 23–70.
[http://repository.unpas.ac.id/30050/5/7. BAB II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30050/5/7.BAB%20II.pdf)
- Sugiyono. (2017b). "Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015". "Metode Penelitian Pada Dasarnya Merupakan Cara Ilmiah Untuk Mendapatkan Data Dengan Tujuan Dan Kegunaan Tertentu." *Dalam*, 1(2), 47–71.

- Sugiyono, 2015. (2015). “*PENGARUH STATUS KERJA IBU RUMAH TANGGA TERHADAP COPING STRESS*” skripsi. 36–44.
- Tjiptono. (2013). Kepuasan Konsumen Menurut Para ahli. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Trilaksana, M. G. (2012). Efektifitas penggunaan drop box dan electronic filling (e-filling) sistem untuk meningkatkan kepatuhan pelaporan SPT tahunan pajak penghasilan wajib pajak orang pribadi. *Thesis*, 44–55. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/2261>