

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Koperasi pegawai republik indonesia (KPRI) Al-Kautsar IAIN Sunan Ampel Surabaya berkedudukan di jalan A. Yani 117, Wonocolo, Surabaya. Telah disahkan sebagai badan hukum dengan No. 6233/BH/11/1987 tanggal 8 September 1987 oleh kepala kantor wilayah departemen koperasi PK & M Propinsi Jawa Timur.

Anggota KPRI Al-Kautsar yang aktif sampai dengan tahun 2013 berjumlah 668 anggota yang terdiri dari dosen, pegawai administrasi dan pegawai tidak tetap. Anggota pada tahun ini masih didominasi oleh dosen seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1

Daftar Anggota KPRI Al-Kautsar

No	Anggota	2011	2012	2013
1	Dosen	363	377	379
2	Pegawai administrasi	259	263	242
3	Pegawai tidak tetap	42	44	47
Jumlah		664	684	668

##### a) Kepengurusan

Pengurus KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya periode tahun 2012 / 2014 adalah sebagai berikut

Ketua	: Drs. H. Jeje Abd Rozak, M.Ag
Wakil	: Siti Musfiqoh, MEI.
Sekretaris	: Drs. H. Muntaha M.Ag.
Bendahara	: Mutmainah
Konsultan	: Drs. Fadjrul Hakam Chozin, MM

Selain pengurus, di koperasi Al-Kautsar juga erdapat 7 orang karyawan dan 3 orang yang menjadi badan pengawas. Karyawan KPRI Al-Kautsar adalah sebagai berikut :

1. Uswatun Chasanah, MEI. Sebagai manajer swalayan
2. Mustofa sebagai karyawan dibagian fotocopy
3. Anggi puspita sari sebagai karyawan di bagian pembukuan
4. Arif Al-Husein sebagai pembantu umum
5. Luliana Ariwidayati, SE. Sebagai kepala keuangan
6. Nur Azizah sebagai pramuniaga
7. Siti Nur Ari Wardani, S. Pd. Sebagai tenaga administrasi

Sedangkan badan pengawas dari KPRI Al-Kautsar adalah :

1. Tikno Subagio, SE., MM. Koordinator sampai RAT tahun buku 2013
2. Wiwik Setyani, M. Ag. Anggota BP sampai RAT tahun buku 2014
3. Muhammad Yazid

b) Ketentuan Dalam Simpan Pinjam

Sesuai keputusan bersama sejak tahun 2009, simpana wajib anggota sebagai berikut :

1. Anggota status dosen atau calon dosen = Rp 50.000
2. Anggota status pegawai administrasi atau calon pegawai = Rp 25.000
3. Anggota status pegawai tidak tetap = Rp 10.000
4. Simpanan sukarela

Simpanan sukarela pada tahun ini belum 100 % , tetapi hampir seluruh anggota mempunyai simpanan sukarela. Selain itu, ada pula simpanan wajib dibayar setiap 1 bulan sekali, sedangkan simpanan pokok dibayar saat pertama kali menjadi anggota KPRI yang jumlahnya sama pada setiap anggota yaitu Rp 50.000

c) Bagian-Bagian Organisasi

Bagian-bagian organisasi di KPRI Al-Kautasr adalah

1. Pengurus
2. Badan pengawas
3. Kepala keuangan
4. Pembukuan
5. Manajer toko atau swalayan dan fotocopy
6. Kasir
7. Staff swalayan
8. Pegawai fotocopy

d) Standart Operasional Pelayanan

A. Pengantar

1. Pengadaan stock

- a. Belanja dilakukan seminggu atau incidental(sesuai kebutuhan)
  - b. Order – jadwal suplayer regular adalah senin – rabu, dihitung volume penerimaan, maks. Jam 12.00 WIB
  - c. Kiriman barang = setiap hari = 5
2. Prinsip Daras Stock Barang Toko

Stock barang tidak lancar (titipan) harus diperbaRru setiap bulan November

B. Order /Belanja/Sales Dtg-Barang Datang -Program Display-(Proses/Siap Jual)

1. Order (Uswatun)

- Cek kebutuhan (Nur)
- Masukkan program (baru), print out 2 lmr + ceklis buku order (Validasi)
- Sampai suplair (saat sales datang /telp)
- Arsip order ke bagian penerimaan barang (Azizah)

2. Belanja (Uswatun)

- Cek kebutuhan (permintaan, musim, cek fisik, cek stock minimum) – Nur
- Masukkan program (baru), print out 2 +ceklis buku order (Validasi)
- Berangkat . . .
- Hasil belanja, cek barang – VALIDASI program

3. Penerimaan Barang Kiriman (Azizah)

Tunai :

- Cek barang, sesuai faktur (cek juga order) –acc Nota (Azizah)  
– barang digudangkan
- SALES KE ADMIN: Program : cek bukti kas keluar – bayar tunai (Uswatun) (jurnal kas vs stock)
- Jurnal (Nur)

Kredit :

- Cek barang, sesuai faktur (cek juga order) – Acc faktur (Azizah) – barang digudangkan
- LILIK : nota bukti kiriman dibuahkan bukti hutang (program baru)
- Jurnal (Nur)

#### 4. Gudang – Program- Display

- Nota bukti hutang dimasukkan keprogram dengan memanggil nomor / nama suplayer.

Apabila tidak sama maka harus di cek dengan entrian barang.

(Jumlah uang yang ada pada bukti hutang dan program harus sama)

1. Pelaksana (Uswatun)
2. Bahan : nota dan sample barang
3. Selambatnya 2 hari setelah barang diterima
4. Print out, cocok faktur, file buat lamapiran
5. Sampai barang dikembalikan ke bagian display

— Setelah semua masuk program, barang yang digudang dikeluarkan untuk di display sesuai daya tampung rak.

1. Pelaksana (Lilik dan Azizah)
2. Selambatnya 2 hari
3. Jam display 14.00 samai 15.00, atau sesuai kebutuhan dan keadaan rak

### C. Cek Barang

#### 1. Cek harian

- a. Prin barang paling laku (Lilik dan Azizah), cek fisik barang (Azizah), setiap hari selasa dan kamis
- b. Print sample barang (Uswatun), cek fisik barang (lilik/Azizah), setiap hari (pagi)

#### 2. Stock Opname

- a. Setiap hari bulan Maret, Juni, September, Desember; waktu 2 hari
- b. Print daftar barang berdasarkan jenis, waktu H-1 setelah kasir tutup
- c. H-1setelah kas tutup, kumpulkan /display barang yang ada digudang yang sudah dimasukkan program, di dekat dengan barang sejenis.
- d. Cocok print out- fisik :1 hari (dibagi kepetugas stock opname sesuai jenis barang), barang yang sudah dicek, diturunkan dari rak (masukkan keranjang/kerdus kosong)

- e. Validasi hasil C, pada hari ke-2,3 jam. (Uswatun)
- f. Jika "d" ditemukan antara dan program, print item-item barang (Uswatun), dan cek ulang fisik barang.
- g. Hari ke-2 penataan ulang dan perapihan barang display dan membersihkan lingkungan dalam took termasuk rak & etalase.

#### D. Retur Dan Bayar Hutang

Untuk Tagihan hutang dijadwal pada hari selasa – kamis, jam 9.00-12.00 WIB

- a. (1) Retur barang saja : - kadaluarsa, tidak laku, terlalu lama
  - Cek barang fisik & program (lap. Barang tidak laku, option : 1 bln, 2bln, dst)
  - Prin out barang tidak laku
  - Buat kan faktur retur sesuai dengan suplair masing-masing (program : buat menu faktur retur; mengurangi stock took, masuk/menambahkan stock karantina; saat barang di ambil, vilidasi, mengurangi stock karantina/hutang)
  - Sisihkan barang disertai faktur retur- gudang karantina
  - Hubungi suplair diminta datang untuk ambil barang & diberi tahu bahwa barang sudah tidak di display lagi, beri waktu 1 minggu – 1 bulan
  - Dilakukan setiap hari Jum'at (Lilik)
- (2) Retur Barang Lancar : berhubungan dengan bayar hutang
  - Cek fisik barang kadaluarsa, disisihkan

- Cetak faktur retur sesuai dengan suplair masing-masing (program : buat menu faktur retur; mengurangi stock toko, masuk/menambah stock karantina; saat barang diambil, validasi, mengurangi stock karantina/hutang)
  - Sisihkan barang disertai faktur retur – gudang karantina
  - Lporan pada subplair saat order
  - Serahkan barang retur pada pengiriman barang
  - Validasi faktur retur, mengurangi stock karantina/ hutang
- b. Bayar Hutang (tidak ada retur)
- Cel lap. Hutang jatuh tempo (program ?) – menejer
  - Suplair datang, cocokkan faktur asli dengan copy yang ada di took
  - Panggil faktur retur (a(2))
  - Cetak kwitansi bayar hutang (program), lampirkan lap. Hutang jatuh tempo (otomatis hutang berkurang retur a (2))
  - Suplair tandatangan kwitansi & buku kiriman / tagihan, bayar tunai

E. Proses penjualan :

Kegiatan : buka swalayan, kasir, penataan barang

1. Jam buka swalayan : 08.00 tutup 14.45
2. Kasir : Nur dan Lilik :
  - Jam sibuk (08.00-12.00) : Nur (Kasir 1)
  - Jam normal (12.30-15.00) : Lilik (Kasir 2)



- Jam istirahat kasir 1 : 12.30-13.30
  - Jam istirahat kasir 2 : 11.30-12.30
3. Persiapan buka (Lilik dan Azizah) 15 menit sebelum buka :
- Pengecekan dan perapian ulang barang display
  - Bila diperlukan menambah barang display
4. Prosedur kasir :
- Kasir 1 menyiapkan uang receh kembalian (150 ribu)ambil di menejer (Uswatun ), 15 menit sebelum jam buka.
  - Siapkan computer kasir 15 menit sebelum jam buka
  - Siap pelayanan pada konsumen / anggota
  - Pergantian kasir 1 : print out total penjualan dan setorkan uang penjualan pada menejer toko (Uswatun) setelah dikurangi uang receh kembali
  - Kasir 2 siap pelayanan pada konsumen / anggota
  - Tutup pintu tokok jam 14.45 (Azizah)
  - Tutup kasir jam 14.45 : printout total pejualan dan setorkan uang penjualan setelah di kurangi uang receh kembalian (150 ribu) pada menejer toko (Uswatun)
5. Asisten penjualan (Lilik dan Azizah)
- Membantu packing barang
  - Mencari nomor anggota khususnya untuk anggota yang melakukan transaksi bon
  - Mengambil barang etalase yang diminta konsumen

- Mengontrol barang display, bila perlu menambah
6. Tutup toko, 30 menit sebelum pulang :
- Control barang display oleh Azizah
  - Kebersihan ruang kerja oleh Lilik
  - Cek barang harian (seperti stockopname) oleh Nur
7. Perlakuan terhadap selisih uang penjualan kasir :
- Selisih kurang menjadi tanggung jawab (mengganti) kasir yang bersangkutan
  - Selisih lebih dimasukkan pendapatan lain-lain/kas khusus bag. Keuangan . (kebijakan pengurus)

F. Pembukaan (Nur dan Uswatun)

- a. Jurnal dibuat setiap hari
- b. Dokumen diarsip (Lilik)
- c. Persiapan dokumen laporan mingguan (jum'at pagi) oleh Azizah
- d. Laporan setoran mingguan (Uswatun), jum'at jam 10.00 wib
- e. Proses pembuatan laporan mingguan :
  - Mengolah jurnal dalam format laporan dengan unsur-unsur : Belanja tunai, pembayaran tagihan hutang, setoran penjualan harian, kirim laporan, retur, dan uang muka.
  - Pengecekan antara buku kas dan laporan
  - Setoran laporan bag keuangan : daftar laporan, dokumen & uang tunai.

G. Perlakuan Barang Expired

- a. Untuk barang titipan, kredit;diretur
- b. Untuk barang belanja sendiri; dihapuskan :
  - Cek barang2 yang expired
  - Kumpulkan barang yang sudah di cek
  - Buat faktur barang yang sudah expired (menu program baru) mengurangi stock toko, masuk/menambah stock karantina;saat barang disisihkan, validasi, mengurangi stock karantina/hutang)
  - Validasi program barang expired (mengurangi stock, menambah biaya (?))
  - Bakar barang expired

Tambah menu program

- Review barang / program stock opname harian, kasus malboro, gula
- Karantina suplair
- Identitas pembeli pada struk penjual

Cetak label=sudah ada penawaran dari suplayer

Beli printer tinta modif, tempat label,cctv, alat deteksi uang dan kulkas baru.

- e) Obyek Pasar yang disasar oleh KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan kalangan akademisi di sekitar kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dikarenakan koperasi tersebut terletak disentral kamupus

UIN Sunan Ampel dan untuk kemudahan supaya tidak terlampau jauh untuk membeli keperluan diluar.

f) Manajemen Sistem Pelayanan

Adapun untuk meningkatkan kualitas layanan di KPRI Al-Kautsar adalah meningkatkan SDM serta peningkatan mutu produk

Peningkatan SDM di KPRI Al-Kautsar yakni dengan memberi pelatihan *service excellent* kepada karyawan dengan bekerja sama dengan UNESA di tahun 2013. Pada tahun 2014 yang akan mendatang pelatihan akan dilaksanakan dengan merambah seluruh anggota dan karyawan dengan harapan tidak hanya karyawan yang akan menunjang keberhasilan koperasi akan tetapi para anggota juga turut andil dalam kemajuan koperasi. Karena tujuan dari koperasi adalah memakmurkan para anggota.<sup>1</sup>

Sedangkan dalam pelayanan dalam segi barang yang dijual yang diterapkan oleh KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel adalah dengan meningkatkan kualitas barang dengan cara melengkapi barang-barang yang belum tersedia, mengidentifikasi barang banyak laku dalam 3 bulan, meminimalisir barang dari sales yang para konsumen kurang puas dalam menggunakannya. Dan mengevaluasi secara spontan bila terjadi kekurangan dalam pelayanan mereka.<sup>2</sup>

2. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 133 responden. Yang pernah menjadi konsumen di KPRI al-

---

<sup>1</sup> Siti Musfiqoh, *Wawancara*, Surabaya 10 Juli 2014

<sup>2</sup> Uswatun Chasanah. *Wawancara*, Surabaya 03 Juli 2014

Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis kelamin.

Tabel 4.2  
Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Umur	Jumlah	%
1	17 – 20	74	55,6
2	21 -24	59	44,4
Total		133	100%

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa konsumen KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya didominasi oleh konsumen berusia 17-20 tahun. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, usia 17-20 tahun sebesar 55,6 %, sedangkan usia 21-24 tahun sebesar 44,4 %,

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	19	14,3
2	Perempuan	114	85,7
Total		133	100 %

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa konsumen KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya didominasi oleh konsumen berjenis kelamin

perempuan. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, laki-laki sebesar 14,3 % dan perempuan sebesar 85,7 %

Tabel 4.4

## Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	%
1	PNS	0	0
2	Pegawai Swasta	4	3,0
3	Mahasiswa	129	97,0
4	Lainnya	0	0
Total		133	100 %

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa konsumen KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya didominasi oleh konsumen kalangan Mahasiswa. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, PNS sebesar 0%, pegawai swasta sebesar 3%, Mahasiswa sebesar 97%, dan lainnya sebesar 0%.

Tabel 4.5

## Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	%
1	SD / MI	0	0
2	SMP / MTs	0	0
3	SMA / Sederajat	119	89,5
4	Sarjana	10	7,5
5	Lainnya	4	3,0
Total		133	100 %

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa konsumen KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya didominasi oleh konsumen yang memiliki latar belakang pendidikan SMA/ sederajat. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, SD sebesar 0%, SMP sebesar 0%, SMA sebesar 89,5 %, Sarjana sebesar 7,5 %, dan lainnya sebesar 3%.

Tabel 4.6  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	%
1	Kurang 1 juta	117	88,0
2	1 juta – 3 juta	16	12,0
3	Lebih besar 3 juta	0	0
Total		133	100 %

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa konsumen KPRI Al-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya didominasi oleh konsumen dengan pendapatan kurang 1 juta. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, pendapatan Kurang 1 juta sebesar 88%, pendapatan 1 juta – 3 juta sebesar 12 %, dan pendapatan lebih besar dari 3 juta sebesar 0 %.

## B. Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

#### a. Kualitas layanan

Pengertian layanan atau pelayanan secara umum, menurut Purwadarminta adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain.<sup>3</sup> Sedangkan menurut Tjiptono definisi layanan adalah

<sup>3</sup> Purwadarminto, kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996) 245

kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.<sup>4</sup>

Sedangkan menurut Barata bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian di atas dalam hal kualitas, pelayanan minimal memiliki lima dimensi yaitu : *Tangible*, *Reliability*, *Responsivness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. :<sup>6</sup>

1) *Tangible* (Bukti fisik)

*Tangible* diukur melalui pernyataan responden terhadap fasilitas-fasilitas penunjang dan tempat Hasil pernyataan responden dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 4.7

Distribusi frekuensi indikator *Tangible* (X<sub>1</sub>)

No.	Opsi Jawabam	X <sub>1</sub> , P1		X <sub>1</sub> , P2		X <sub>1</sub> , P3	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1.	Sangat Tidak Setuju	7	5,3 %	3	2,3 %	0	0%
2.	Tidak Setuju	39	29,3 %	35	26,3 %	20	15,0%
3.	Netral	48	36,1 %	60	45,1 %	46	34,6%
4.	Setuju	39	29,3 %	35	26,3 %	62	46,6%
5.	Sangat Setuju	0	0 %	0	0 %	5	3,8 %
Total		133	100%	133	100%	133	100%

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa edisi Kedua cet, 3* (Yogyakarta : andi, 2004), 94

<sup>5</sup> Atep adya Barata, *dasar-Dasar Pelayanan Prima cet 2*. (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2004), 10

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 273



Berdasarkan tabel 4.7 dari pernyataan ( $X_1P1$ ) menurut penulis, desain tata ruang yang nyaman diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 39 (29,3 %) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 29,3 %, maka dapat disimpulkan desain tata ruang kurang mendapat respon yang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan ( $X_1P2$ ) menurut penulis, peralatan yang modern diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 35 atau 26,3 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 26,3 %, maka dapat disimpulkan peralatan yang modern kurang mendapat respon yang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan  $X_1P3$ , tempat yang bersih diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 62 (46,6 %) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 15,0 %, dengan demikian tempat yang bersih mendapat respon yang baik dari responden

## 2) *Reliability* (Keandalan)

Reliability diukur melalui pernyataan responden terhadap kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hasil pernyataan responden dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 4.8  
Distribusi frekuensi indikator Reliability ( $X_2$ )

No.	Opsi Jawabam	$X_2, P4$		$X_2, P5$		$X_2, P6$	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	1	0,8 %	0	0 %
2.	Tidak Setuju	35	26,3%	8	6 %	7	5,3%
3.	Netral	45	33,8%	28	21,1 %	28	21,1%
4.	Setuju	51	38,3 %	85	63,9%	87	65,4%
5.	Sangat Setuju	2	1,5 %	11	8,3 %	11	8,3 %
Total		133	100%	133	100%	133	100%

Berdasarkan tabel 4.8 dari pernyataan ( $X_2P4$ ) menurut penulis, memberikan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 51 (38,3 %) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 26,3 %, maka dapat disimpulkan memberikan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen mendapat respon yang kurang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan ( $X_2P5$ ) menurut penulis, karyawan yang selalu siap melayani konsumen setiap waktu diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 85 atau 63,9 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 6 %, maka dapat disimpulkan karyawan yang selalu siap melayani konsumen setiap waktu kurang mendapat respon yang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan ( $X_2P6$ ) menurut penulis, peralatan yang modern diketahui besar responden menjawab setuju dengan

frekuensi 87 atau 65,4 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 5,3 %, maka dapat disimpulkan peralatan yang modern mendapat respon yang baik dari responden

### 3) *Responsivness* (Daya Tanggap)

Responsivness diukur melalui pernyataan responden terhadap keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Hasil pernyataan responden dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 4.9

Distribusi frekuensi indikator Responsiveness ( $X_3$ )

No.	Opsi Jawaban	$X_3, P7$		$X_3, P8$		$X_3, P9$	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1.	Sangat Tidak Setuju	5	3,8 %	6	4,5 %	7	5,3%
2.	Tidak Setuju	15	11,3 %	22	16,5 %	23	17,3%
3.	Netral	42	31,6%	51	38,3%	44	33,1%
4.	Setuju	70	52,6 %	53	39,8%	55	41,4%
5.	Sangat Setuju	1	0,8 %	1	0,8 %	4	3,0 %
Total		133	100%	133	100%	133	100%

Berdasarkan tabel 4.9 dari pernyataan ( $X_3P7$ ) menurut penulis, karyawan yang selalu sedia dan tanggap dalam membantu konsumen diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 70 (52,6 %) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 11,3 %, maka dapat disimpulkan karyawan yang

selalu sedia dan tanggap dalam membantu konsumen kurang mendapat respon yang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan ( $X_3$  P8) menurut penulis, konsumen dilayani oleh karyawan dengan komunikasi yang baik diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 53 atau 39,8 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 16,5 %, maka dapat disimpulkan konsumen dilayani oleh karyawan dengan komunikasi yang baik mendapat respon yang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan ( $X_3$  P9) menurut penulis, karyawan yang cekatan dalam melayani konsumen diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 55 atau 41,4 % dan menjawab tidak setuju sebesar 17,3 %, maka dapat disimpulkan karyawan yang cekatan dalam melayani konsumen mendapat respon yang baik dari responden

#### 4) *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* diukur melalui pernyataan responden terhadap cara pengetahuan, kemampuan, keamanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan. Hasil pernyataan responden dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 4.10  
Distribusi frekuensi indikator Assurance ( $X_4$ )

No.	Opsi Jawaban	$X_4, P10$		$X_4, P11$		$X_4, P12$	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1.	Sangat Tidak Setuju	6	4,5 %	4	3 %	6	4,5 %
2.	Tidak Setuju	22	16,5 %	24	18,0 %	23	17,3 %
3.	Netral	50	37,6 %	49	36,8 %	57	42,9 %
4.	Setuju	53	39,8 %	54	40,5 %	43	32,3 %
5.	Sangat Setuju	2	1,5 %	2	1,5 %	4	3,0 %
Total		133	100%	133	100%	133	100%

Berdasarkan tabel 4.10 dari pernyataan ( $X_4 P10$ ) menurut penulis, KPRI al-Kautsar sangat menjaga keamanan dan kenyamanan diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 53 (39,8 %) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 16,5 %, maka dapat disimpulkan KPRI al-Kautsar sangat menjaga keamanan dan kenyamanan mendapat respon yang kurang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan ( $X_4 P11$ ) menurut penulis, karyawan mumpuni dalam memberikan informasi tentang pelayanan diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 54 atau 40,5 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 18 %, maka dapat disimpulkan karyawan mumpuni dalam memberikan informasi tentang pelayanan mendapat respon yang cukup baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan ( $X_4$  P12) menurut penulis, karyawan yang sangat terampil dalam memberikan pelayanan diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 43 atau 32,3 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 17,3 %, maka dapat disimpulkan karyawan yang sangat terampil dalam memberikan pelayanan mendapat respon yang kurang baik dari responden

#### 5) *Emphaty* (Empati)

*Emphaty* diukur melalui pernyataan responden terhadap cara kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen. Hasil pernyataan responden dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 4.11

Distribusi frekuensi indikator *Emphaty* ( $X_5$ )

No.	Opsi Jawaban	$X_5$ , P13		$X_5$ , P14		$X_5$ , P15	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1.	Sangat Tidak Setuju	6	4,5 %	5	3,8 %	3	2,3 %
2.	Tidak Setuju	21	15,8 %	18	13,5 %	16	12,0 %
3.	Netral	64	48,1 %	44	33,1 %	45	33,8 %
4.	Setuju	38	28,6 %	65	48,9 %	66	49,6 %
5.	Sangat Setuju	4	3,0 %	1	0,8 %	3	2,3 %
Total		133	100%	133	100%	133	100%

Berdasarkan tabel 4.11 dari pernyataan (X<sub>5</sub> P13) menurut penulis, karyawan sangat memperhatikan keluhan konsumen diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 38 (28,6 %) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 15,8 %, maka dapat disimpulkan karyawan yang sangat terampil dalam memberikan pelayanan mendapat respon yang kurang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan (X<sub>5</sub> P14) menurut penulis, karyawan sangat ramah diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 65 atau 48,9 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 13,5 %, maka dapat disimpulkan karyawan sangat ramah kurang mendapat respon yang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan (X<sub>5</sub> P15) menurut penulis, karyawan memperhatikan terhadap kebutuhan konsumen diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 66 atau 49,6 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 12 %, maka dapat disimpulkan karyawan memperhatikan terhadap kebutuhan konsumen mendapat respon yang kurang baik dari responden

b. Kepuasan konsumen

kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui

harapan konsumen, sedangkan ketidak puasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.<sup>7</sup>

Adapun Indikator kepuasan konsumen (Y) terdiri dari 3 item, yakni:

- a) Produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen
- b) Kenyamanan berbelanja sesuai dengan tingkat harapan konsumen
- c) Pelayanan karyawan sesuai dengan harapan konsumen

Tabel 4.12

Distribusi frekuensi indikator Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Opsi Jawaban	Y, P16		Y, P17		Y, P18	
		Frek	%	Frek	%	Frek	%
1.	Sangat Tidak Setuju	5	3,8 %	3	2,3 %	1	0,8 %
2.	Tidak Setuju	23	17,3 %	21	15,8 %	17	12,8 %
3.	Netral	57	42,9 %	61	45,9 %	55	41,4 %
4.	Setuju	45	33,8 %	48	36,1%	54	40,6 %
5.	Sangat Setuju	3	2,3 %	0	0 %	6	4,5 %
Total		133	100%	133	100%	133	100%

Berdasarkan tabel 4.11 dari pernyataan (Y, P16) menurut penulis, kelengkapan produk yang ditawarkan diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 45 (33,8 %) dan yang menjawab tidak setuju sebesar 17,3 %, maka dapat

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality management*, (Yogyakarta : Andi, 2003) 102



disimpulkan kelengkapan produk yang ditawarkan mendapat respon yang kurang baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan (Y, P17) menurut penulis, kenyamanan ketika berbelanja diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 48 atau 36,1 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 15,8 %, maka dapat disimpulkan kenyamanan ketika berbelanja mendapat respon yang cukup baik dari responden

Selanjutnya dari pernyataan (Y, P18) menurut penulis, pelayanan karyawan dapat memuaskan harapan konsumen diketahui besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 54 atau 40,6 % dan yang menjawab tidak setuju sebesar 12,8 %, maka dapat disimpulkan kenyamanan ketika berbelanja mendapat respon yang cukup baik dari responden

## 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Analisis ini dilakukan dengan cara mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Hal ini dikarenakan agar tidak terjadi koefisien item yang overestimasi (estimasi nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya).<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Jakarta : Buku Kita, 2009), 20

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji dua dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  (uji dua dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

1) *Tangible* (Bukti Fisik)

Tabel 4.13

Uji Validitas Indikator *Tangible*

No	Indikator	A	R tabel	R hitung	Status
1.	Penataan tempat	0,05	0,176	0,780	Valid
2.	Peraltan yang modern	0,05	0,176	0,789	Valid
3.	Kebersihan ruangan	0,05	0,176	0,708	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel *Tangible* diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil  $r_{hitung}$  pada indikator variabel total kualitas jasa diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,176 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel *Tangible* dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

2) *Reliability* (Keandalan)

Tabel 4.14  
Uji Validitas Indikator *Reliability*

No	Indikator	A	R tabel	R hitung	Status
1.	Memberikan jasa sesuai yang dijanjikan	0,05	0,176	0,734	Valid
2.	Petugas yang selalu siap untuk melayani pelanggan setiap waktu	0,05	0,176	0,716	Valid
3.	Prosedur pelayanan yang mudah	0,05	0,176	0,740	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel *realibility* diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil  $r_{hitung}$  pada indikator variabel *reliability* diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,176 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel *reliability* dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

### 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Tabel 4.15  
Uji Validitas Indikator *Responsivness*

No	Indikator	A	R tabel	R hitung	Status
1.	Kesediaan membantu konsumen	0,05	0,176	0,641	Valid
2.	Komunikasi yang baik	0,05	0,176	0,755	Valid
3.	Kecepatan pelayanan	0,05	0,176	0,650	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel *responsivness* diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil  $r_{hitung}$  pada indikator variabel *responsivness* jasa diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,176 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel *responsiveness* dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

#### 4) Assurance (Jaminan)

Tabel 4.16

#### Uji Validitas Indikator Assurance

No	Indikator	A	R tabel	R hitung	Status
1.	Keamanan dan kenyamanan yang terjaga	0,05	0,176	0,722	Valid
2.	Petugas memberikan informasi yang jelas dalam pelayanan	0,05	0,176	0,812	Valid
3.	Ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan	0,05	0,176	0,795	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel *assurance* diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil  $r_{hitung}$  pada indikator variabel *assurance* diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,176 sehingga dengan demikian masing-masing

indikator pada variabel *assurance* dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

5) *Emphaty* (Empati)

Tabel 4.17

Uji Validitas Indikator *Emphaty*

No	Indikator	A	R tabel	R hitung	Status
1.	Kesediaan karyawan dalam menerima keluhan dan pengaduan	0,05	0,176	0,783	Valid
2.	Karyawan yang ramah	0,05	0,176	0,797	Valid
3.	Perhatian terhadap kebutuhan konsumen	0,05	0,176	0,731	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel *emphaty* diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil  $r_{hitung}$  pada indikator variabel *emphaty* diperoleh melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,176 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel *emphaty* dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

6) Kepuasan Konsumen

Tabel 4.18  
Uji Validitas Indikator Kepuasan konsumen

No	Indikator	A	R tabel	R hitung	Status
1.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen	0,05	0,176	0,761	Valid
2.	Kenyamanan berbelanja sesuai dengan tingkat harapan konsumen	0,05	0,176	0,837	Valid
3.	Pelayanan karyawan sesuai dengan harapan konsumen	0,05	0,176	0,784	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa uji validitas pada variabel kepuasan konsumen diketahui rata-rata nilai indikatornya adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil  $r_{hitung}$  melebihi nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,176 sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel kepuasan konsumen dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Perhitungan keandalan butir dalam penelitian ini menggunakan fasilitas yang diberikan oleh SPSS untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ .

Tabel 4.19  
Uji Reliabilitas Indikator Variabel

No	Indikator Variabel	Nilai r alpha	Standarisasi	Status
1.	<i>Tangible</i>	0,807	0,60	Reliabel
2.	<i>Reliability</i>	0,790	0,60	Reliabel
3.	<i>Responsivness</i>	0,760	0,60	Reliabel
4.	<i>Assurance</i>	0,815	0,60	Reliabel
5.	<i>Emphaty</i>	0,813	0,60	Reliabel
6.	Kepuasan konsumen	0,823	0,60	Reliabel

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Uji reliabilitas pada variabel penelitian dapat dilihat pada tabel diatas, tampak bahwa nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel menunjukkan angka yang melebihi dari 0,60. Hal ini berarti semua variabel penelitian ini adalah reliabel sehingga dengan demikian masing-masing indikator pada variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya.

### 3. Analisis Kuantitatif

#### a. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria penguji multikolonieritas diukur berdasarkan nilai VIF kurang dari 0,10

dan *tolerance* lebih besar dari 0,10. Berdasarkan analisis diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.20

## Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-,032	,648
Faktor Fisik (Tangible)	,115	,054
Keandalan (Realibility)	-,025	,069
Daya Tanggap (Responsiveness)	,620	,062
Jaminan (Assurance)	,156	,058
Empati (Emphaty)	,154	,068

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1 (Constant)		-,049	,961		
Faktor Fisik (Tangible)	,114	2,135	,035	,738	1,355
Keandalan (Realibility)	-,021	-,359	,720	,590	1,695
Daya Tanggap (Responsiveness)	,604	10,057	,000	,582	1,717
Jaminan (Assurance)	,166	2,677	,008	,544	1,839
Empati (Emphaty)	,157	2,259	,026	,433	2,307

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan program SPSS, menunjukkan bahwa nilai dari *tolerance* dan VIF untuk variabel faktor fisik (*tangible*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*), menunjukkan bahwa semua nilai *tolerance*



lebih besar dari nilai *default* yang ditentukan sebesar 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah memenuhi persyaratan ambang toleransi dan nilai VIF, artinya bahwa variabel bebas terhadap variabel terikat tidak terjadi multikolinieritas. Dengan demikian dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya yaitu uji heteroskedastisitas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homokedastisitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel hasil uji heteroskedastisitas dibawah ini:

Tabel 4.21

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,962	,433
	Faktor Fisik (Tangible)	,018	,036
	Keandalan (Realibility)	,037	,046
	Daya Tanggap (Responsiveness)	-,059	,041
	Jaminan (Assurance)	-,018	,039
	Empati (Emphaty)	-,008	,046

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		2,224	,028
	Faktor Fisik (Tangible)	,053	,515	,607
	Keandalan (Realibility)	,090	,792	,430
	Daya Tanggap (Responsiveness)	-,164	-1,430	,155
	Jaminan (Assurance)	-,054	-,458	,648
	Empati (Emphaty)	-,022	-,167	,868

Dari tabel hasil uji heteroskedastisitas di atas diketahui nilai signifikan dari variabel independen yang terdiri dari faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati lebih besar dari 0,05 (5%). Dengan demikian dapat diasumsikan tidak terjadi heteroskedastisitas dan dapat dilakukan kepada langkah penghitungan selanjutnya yaitu uji normalitas.

### 3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu data mengikuti sebaran normal atau tidak.

Tabel 4.22  
 Hasil uji normalitas (one sample)  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		133
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,97665576
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,093
	Negative	-,056
Kolmogorov-Smirnov Z		1,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,198

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan perhitungan Kolmogorof-Smirnov *Z test* sudah menunjukkan distribusi yang normal pada model yang digunakan dengan nilai 2-tailed pada variabel faktor fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati lebih besar dari 0,05. Dengan hasil pengujian normalitas dapat dilakukan pengujian hipotesis.

#### b. Regresi Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.<sup>9</sup> Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda antara kualitas lay yang terdiri faktor fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), keandalan

<sup>9</sup>Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki PRESS, 2011), 181.

(*realibility*) ( $X_2$ ), daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) dan empati (*emphaty*) ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), dengan dibantu program SPSS V.19 dalam proses penghitungannya dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

Tabel 4.23

## Hasil Model Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien Regresi
Konstanta	-0,032
bukti fisik ( <i>tangible</i> ) ( $X_1$ )	0,115
keandalan ( <i>realibility</i> ) ( $X_2$ )	-0,025
daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) ( $X_3$ )	0,620
jaminan ( <i>assurance</i> ) ( $X_4$ )	0,156
empati ( <i>emphaty</i> ) ( $X_5$ )	0,154

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Maka persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = -0,032 + 0,115 X_1 - 0,025 X_2 + 0,620 X_3 + 0,156 X_4 + 0,154 X_5$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

- 1) Nilai konstanta ( $a$ ) yang dihasilkan sebesar -0,032, hal ini menunjukkan bahwa besarnya kepuasan konsumen ( $Y$ ) adalah -0,032. Jika variabel bukti fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), keandalan (*realibility*) ( $X_2$ ), daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) dan empati (*emphaty*) ( $X_5$ ) adalah konstan maka tidak akan ada kepuasan konsumen.

- 2) Koefesien regresi pada variabel bukti fisik ( $X_1$ ) adalah positif yaitu sebesar 0,115 artinya bahwa setiap peningkatan variabel bukti fisik ( $X_1$ ) yang naik satu satuan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,115 dengan asumsi variabel keandalan ( $X_2$ ) adalah konstanta.
- 3) Koefesien regresi pada variabel keandalan ( $X_2$ ) adalah negatif yaitu sebesar - 0,025 artinya bahwa setiap peningkatan variabel keandalan ( $X_2$ ) yang naik satu satuan, maka secara langsung akan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen sebesar - 0,025 dengan asumsi variabel daya tanggap ( $X_3$ ) adalah konstanta.
- 4) Koefesien regresi pada variabel daya tanggap ( $X_3$ ) adalah positif yaitu sebesar 0,620 artinya bahwa setiap peningkatan variabel daya tanggap ( $X_3$ ) yang naik satu satuan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,620 dengan asumsi variabel jaminan ( $X_4$ ) adalah konstanta
- 5) Koefesien regresi pada variabel jaminan ( $X_4$ ) adalah positif yaitu sebesar 0,156 artinya bahwa setiap peningkatan variabel jamninan ( $X_4$ ) yang naik satu satuan, maka secara langsung akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,156 dengan asumsi variabel empati ( $X_5$ ) adalah konstanta
- 6) Koefesien regresi pada variabel empati ( $X_5$ ) adalah positif yaitu sebesar 0,154 artinya bahwa setiap peningkatan variabel empati ( $X_5$ ) yang naik satu satuan, maka secara langsung akan

berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,154 dengan asumsi variabel-variabel independen lainnya adalah konstanta

c. Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Uji simultan bertujuan untuk menguji apakah antara variabel faktor fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), keandalan (*reability*) ( $X_2$ ), daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) dan empati (*emphaty*) ( $X_5$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.24

Hasil Uji F (simultan)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	346,452	5	69,290	69,891	,000 <sup>a</sup>
	Residual	125,909	127	,991		
	Total	472,361	132			

a. Predictors: (Constant), Empati (Emphaty), Faktor Fisik (Tangible), Keandalan (Realibility), Daya Tanggap (Responsivenes), Jaminan (Assurance)

b. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil perhitungan F tabelnya yaitu 95%,  $\alpha = 5\%$ ,  $df_1 (6 - 1 = 5)$  dan  $df_2 (n - k = 133 - 6 = 127)$ . Hasil diperoleh untuk  $F_{tabel}$  yaitu 2,29. Hasil di atas menunjukkan  $F_{hitung} \geq F_{tabel} (69,891 \geq 2,29)$ , hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh antara faktor fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), keandalan (*reability*) ( $X_2$ ), daya tanggap (*responsiveness*)

(X<sub>3</sub>), jaminan (*assurance*) (X<sub>4</sub>) dan empati (*emphaty*) (X<sub>5</sub>) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam variabel kepuasan konsumen (dependen).

## 2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.<sup>10</sup> Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.25

Hasil Uji t

**Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-,032	,648
	Faktor Fisik (Tangible)	,115	,054
	Keandalan (Realibility)	-,025	,069
	Daya Tanggap (Responsivenes)	,620	,062
	Jaminan (Assurance)	,156	,058
	Empati (Emphaty)	,154	,068

<sup>10</sup>Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Malang Press, 2011), 181.

Model		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		-,049	,961
	Faktor Fisik (Tangible)	,114	2,135	,035
	Keandalan (Realibility)	-,021	-,359	,720
	Daya Tanggap (Responsiveness)	,604	10,057	,000
	Jaminan (Assurance)	,166	2,677	,008
	Empati (Empathy)	,157	2,259	,026

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil perhitungan  $t_{tabel}$  yaitu  $5\%:2 = 2,5\%$ ,  $df (n - k - 1, 133 - 5 - 1 = 61)$ . Hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  yaitu 1,978. Hasil di atas menunjukkan  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  (bukti fisik:  $2,135 \geq 1,978$ , daya tanggap:  $10,057 \geq 1,978$ , jaminan:  $2,677 \geq 1,978$  dan empati  $2,259 \geq 1,978$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kehandalan memiliki  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  ( $-0,359 \leq 1,978$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kehandalan tidak ada pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dengan demikian hasil dari pengujian hipotesis ini adalah:

- a. Hipotesis 1: Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara variabel kualitas layanan (faktor fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), keandalan (*realibility*) ( $X_2$ ), daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) dan empati



(*emphaty*) ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen UIN Sunan Ampel Surabaya.

Model regresi linier berganda yang dihasilkan menunjukkan bahwa variabel-variabel kualitas layanan yakni bukti fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) dan empati (*emphaty*) ( $X_5$ ) memiliki nilai koefisien regresi yang positif yang berarti bahwa semakin tinggi bukti fisik (*tangible*) ( $X_1$ ), daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) dan empati (*emphaty*) ( $X_5$ ) maka kepuasan konsumen semakin tinggi. Untuk variabel keandalan (*realibility*) ( $X_2$ ) adalah sebaliknya dari keempat variabel sebelumnya.

Hasil uji secara simultan yang dilihat dari uji F yaitu variabel-variabel kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan (faktor fisik (*tangible*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ) dan empati (*emphaty*)) terhadap kepuasan konsumen KPRI AL-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya secara simultan, sehingga hipotesis ke-1 teruji kebenarannya.

- b. Hipotesis 2: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel faktor fisik terhadap kepuasan konsumen UIN Sunan Ampel Surabaya secara parsial.

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel faktor fisik ( $X_1$ ) adalah positif, nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan 2,135 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,978 Hal ini berarti variabel faktor fisik ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

- c. Hipotesis 3: Tidak ada pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara variabel keandalan terhadap kepuasan konsumen KPRI AL-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya secara parsial.

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel keandalan ( $X_2$ ) adalah negatif, nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan -0,359 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,978. Hal ini berarti variabel keandalan ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

- d. Hipotesis 4: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel daya tanggap terhadap kepuasan konsumen KPRI AL-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya secara parsial.

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel daya tanggap ( $X_3$ ) adalah positif, nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan 10,057 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,978. Hal ini berarti

variabel daya tanggap ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

- e. Hipotesis 5: terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel jaminan terhadap kepuasan konsumen KPRI AL-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya secara parsial.

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel jaminan ( $X_4$ ) adalah positif, nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan 2,677 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,978. Hal ini berarti variabel jaminan ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

- f. Hipotesis 6: Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel empati terhadap kepuasan konsumen KPRI AL-Kautsar UIN Sunan Ampel Surabaya secara parsial.

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel empati ( $X_5$ ) adalah positif, nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan 2,259 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,978. Hal ini berarti variabel empati ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

- g. Pengaruh paling besar dari variabel bebas terhadap variabel terikat

**Tabel 4.26**  
**Pengaruh Variabel Bebas Paling Dominan Terhadap Variabel Terikat**

<b>Variabel Independen</b>	<b>Nilai</b>
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	2,135
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	-0,359
Daya Tanggap ( <i>Responsivness</i> )	10,057
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	2,677
Empati ( <i>Emphati</i> )	2,259

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel bebas yang paling besar dalam mempengaruhi variabel terikat adalah variabel daya tanggap. Hasil pengaruh paling dominan tersebut didapat dari hasil uji parsial yang menunjukkan pengaruh secara parsial mana yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat.