

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy)**



**TUGAS AKHIR**

**OLEH :**

**AFI FITRIANI**

**NIM 18031166**

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI  
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA  
2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy)

Oleh mahasiswa:

Nama : Afi Fitriani

NIM : 18031166

Telah diperiksa dan dikoreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, 27 Juli 2021

Pembimbing I,



Erni Unggul S.U., SE.M.Si  
NIPY. 10.006.028

Pembimbing II,



Fitri Amaliyah, S.E, M. Ak  
NIPY. 011.011.092

## LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy).

Oleh:

Nama : Afi Fitriani  
NIM : 18031166  
Pogram Studi : Akuntansi  
Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Tegal, 30 Juli 2021

1. Erni Unggul S.U, SE.M.Si  
Ketua Penguji
2. Andri Widiyanto, SE., M.Si  
Penguji 1
3. Anita Karunia, SE., M.Si  
Penguji 2



Mengetahui,  
Ketua Program Studi,



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA  
NIPY. 03.013.142

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy)”, beserta isinya adalah benar karya-karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan dan saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini

Tegal, 30 Juli 2021

Yang membuat pernyataan ini



Afi Fitriani

NIM: 18031166

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai mahasiswa Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Afi Fitriani

Kelas : 18031166

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti No Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy).

Dengan Hak Bebas Royalti No Eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasinyake internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta ijin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak cipta dalam karya Ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya

Tegal, 30 Juli 2021

Yang membuat pernyataan ini



Afi Fitriani

NIM: 18031166

## **HALAMAN MOTTO**

"Bertaqwalah kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu."

(Al Baqarah: 282)

"Berlomba lombalah dalam kebaikan".

(Al Baqarah: 148)

"Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman".

(Ali Imran: 139)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri, terimakasih karena telah berjuang sampai saat ini.

Orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung sehingga saya bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu.

Untuk Adik dan ponakan-ponakan saya yang senantiasa mendukung dan menghibur saat keadaan lelah dan letih.

Sahabat dan semua orang terdekat yang selalu memberikan dukungan kepada saya.

Teman-teman Seprodi DIII Akuntansi

Dan seluruh teman-teman kerja saya.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir (TA) ini pada waktunya.

Penyusunan Tugas Akhir (TA) ini diajukan dalam dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, sehingga masih jauh dari kesempurnaan yang masih banyak terdapat kekurangan baik dari isi maupun tata bahasa, tetapi penulis berusaha semaksimal mungkin menyelesaikan dengan kemampuan terbaik sehingga dapat selesai sesuai yang diharapkan. Dalam penyusunan Tugas Akhir (TA) ini banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, M.PP, selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA selaku Ka Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Ibu Erni Unggul, SE.M.S, sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Fitri Amaliyah, SE, M.Ak selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Dosen Prodi DIII Akuntansi, terimakasih atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada kami.
6. Seluruh jajaran karyawan Prodi DIII Akuntansi, atas kerja kerasnya melayani mahasiswa dengan baik dan meningkatkan citra Prodi DIII Akuntansi.
7. Pemilik Percetakan Bangkit Copy yang telah memberikan ijin penelitian



8. Teman-teman baik di kampus maupun dikantor yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya laporan Tugas Akhir (TA) ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir (TA) ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap laporan Tugas Akhir (TA) ini bermanfaat bagi para pembaca.

Tegal, 30 Juli 2021

AFI FITRIANI

NIM: 18031166

## ABSTRAK

Afi Fitriani. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy)*. Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Erni Unggul S.U, S.E., M.Si.; Pembimbing II: Fitri Amaliyah, S.E., M.Ak.

Kualitas pelayanan adalah pemberian dorongan kepada pelanggan agar tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu produk dengan harapannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) terhadap kepuasan pelanggan di Percetakan Bangkit Copy secara parsial dan secara simultan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas dan Autokorelasi), Analisis Statistik data adalah Deskriptif, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Hasil uji F simultan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan dengan Fhitung 3,888 pada Ftabel 2,43. Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dengan kepuasan pelanggan di Percetakan Bangkit Copy.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Pelanggan

## ABSTRACT

**Fitriani, Afi.** 2021. *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction (Case Study on Bangkit Copy Printing Customers)*. Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Erni Unggul S.U., SE. M.Si.; Co-Advisor: Fitri Amaliyah, S.E, M.Ak.

*Service quality is the provision of encouragement to customers so that the level of service provided is in accordance with customer expectations. Customer satisfaction is a person's feeling of pleasure that comes from the comparison between the pleasure of an activity and a product with his expectations. The purpose of this research was to determine the effect of service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) on customer satisfaction at Bangkit Copy Printing partially and simultaneously. The used data collection were observation, interviews and questionnaires. The data was analyzed quantitatively with the Classical Assumption Test (Normality Test, Multicollinearity, Heteroscedasticity and Autocorrelation. Descriptive Statistical Analysis, Multiple Linear Regression, Hypothesis Testing (t test, F test and coefficient of determination). Simultaneous F test results show a significance value of 0.000 with Fcount 3.888 at Ftable 2.43. So  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, which means that there is a significant influence between service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) with customer satisfaction at Bangkit Copy Printing.*

**Keywords:** *Service Quality, Satisfaction, Customers*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGSAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Kerangka Berpikir .....	9
1.7 Sitematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	16
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ..	20
2.2.3 Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan .....	21

2.3 Kepuasan Sebagai Dimensi Kualitas Pelayanan.....	22
2.4 Penelitian terdahulu.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.2 Waktu Penelitian.....	33
3.3 Jenis Data .....	33
3.4 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Populasi dan Sampel.....	36
3.7 Definisi Operasional.....	37
3.8 Metode Analisis Data.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Percetakan Bangkit Copy.....	47
4.1.1 Sejarah Pecetakan Bangkit Copy.....	47
4.1.2 Struktur Organisasi .....	49
4.1.3 Tugas Dan Wewenang.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	51
4.2.2 Analisis Validitas Instrumen.....	53
4.2.3 Analisis Reliabilitas Instrumen.....	55
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.5 Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda.....	60
4.3 Pembahasan.....	65
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

1.1 Kerangka Berpikir.....	10
4.1 Struktur Organisasi Percetakan Bangkit Copy.....	49

## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terhadap.....	25
4.1 <i>Jos Desk</i> Percetakan Bangkit Coy .....	49
4.2 Karakteristik Responden .....	51
4.3 Validitas Instrumen.....	53
4.4 Reliabilitas Instrumen .....	55
4.5 Uji Normalitas .....	56
4.6 Uji Multikolinearitas .....	57
4.7 Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.8 Uji Autokorelasi .....	59
4.9 Uji t Parsial .....	61
4.10 Uji F Simultan .....	63
4.11 Uji Koefisien Determinasi .....	64

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini, perkembangan jenis usaha bisnis makin berkembang dan bermacam - macam. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah semakin banyaknya kebutuhan masyarakat. Misalnya, dalam bidang teknologi. Hal tersebut dapat dilihat dari produk teknologi yang semakin menguasai pasar di Indonesia.

Jasa yang menggunakan teknologi salah satunya adalah usaha percetakan. Percetakan merupakan industri baik yang berskala besar maupun kecil untuk memproduksi tulisan dan gambar dengan tinta kertas menggunakan mesin cetak (Sulaiman, 2015)<sup>[1]</sup>. Percetakan atau yang biasa dikenal dengan *digital printing* berfungsi untuk memproduksi sebuah gambar atau tulisan di atas kertas, kain dan permukaan lainnya. Banyaknya hasil produksi percetakan seperti buku, kalender, buletin, majalah, surat kabar, poster, spanduk, undangan dikarenakan hasil percetakan dapat dengan cepat dihasilkan.

Dengan berkembangnya teknologi yang semakin cepat, sehingga pada saat ini industri percetakan sudah semakin komplit dan modern. Perusahaan percetakan di Indonesia berkembang dengan pesat, baik dalam skala besar, menengah, maupun dalam skala kecil. Perkembangan ini juga terjadi di Indonesia, dimana terdapat berbagai perusahaan percetakan dalam jumlah yang



cukup banyak. Perkembangan jumlah perusahaan percetakan tersebut mengakibatkan semakin tingginya persaingan usaha dibidang tersebut. Perkembangan intensitas persaingan dan jumlah pesaing membuat perusahaan percetakan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing (Sulistiyawati, 2015)<sup>[2]</sup>.

Salah satu unsur yang penting dan perlu mendapat perhatian dalam dunia usaha terutama percetakan adalah keberadaan konsumen. Konsumen merupakan pemakai barang atau jasa yang tersedia. Dalam era bisnis saat ini terutama banyaknya percetakan yang bermunculan, tingkat persaingan usaha di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk meningkatkan promosi pasar dan meraih konsumen baru (Sholeha, 2018)<sup>[3]</sup>. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis jasa percetakan. Jasa peretakan dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan dari pelanggan untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi peran penting dalam keberhasilan dari sebuah usaha. Dari pengamatan yang dilakukan, pelayanan jasa pada percetakan masih kurang memuaskan dikarenakan sering sekali pelayanan memakan waktu yang cukup lama. Sehingga belum diketahuinya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu

kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan (Istiatin, 2015)<sup>[4]</sup>. Konsumen dikatakan puas apabila pelanggan mengadakan pembelian ulang dan tidak memiliki keluhan atas jasa yang dinikmatinya berarti konsumen/pelanggan tersebut puas, tetapi apabila pelanggan tidak mengadakan pembelian ulang dan jumlah pelanggan bahkan menurun berarti kepuasan mereka tidak terpenuhi.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan perlu berupaya memahami harapan pelanggan atas produk yang dihasilkan atau jasa/layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan. Kualitas pelayanan jasa merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang

sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan atau bahkan melebihi harapan pelanggan (Utami, 2016)<sup>[5]</sup>. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan tentu akan semakin puas. Bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis yang menggunakan jasa desain grafis, baik percetakan, sablon maupun *digital printing*. Semakin maraknya perusahaan yang berdiri di Kabupaten Tegal, menjadi daya tarik penulis untuk meneliti bisnis yang menggunakan jasa desain grafis ini yang difokuskan kepada salah satu jenisnya yaitu bisnis percetakan. Munculnya perusahaan – perusahaan percetakan baru menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat Kabupaten Tegal khususnya di Jatinegara akan percetakan sangatlah tinggi. Disisi lain persaingan bisnis tak terelakkan, berbagai macam cara dilakukan oleh perusahaan – perusahaan percetakan untuk menarik konsumennya.

Tjiptono (2016)<sup>[6]</sup> menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu : (1) kehandalan (*reliability*) sebagai kemampuan persahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (2) daya tanggap (*responsiveness*) yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, (3) jaminan

(*assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan *image* atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, (4) empati (*empathy*) sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan, dan (5) tampilan fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Terdapat percetakan yang telah dikenal luas oleh masyarakat Jatinegara seperti Percetakan Bangkit Copy. Pada penelitian ini, Penulis memfokuskan pada perusahaan percetakan Bangkit Copy karena percetakan ini adalah pelopor bagi percetakan lain yang baru berdiri di Jatinegara. Percetakan Bangkit Copy terletak di Jalan Pancasila, Jatinegara tepatnya berada di depan kantor Dinas Pemuda dan Olahraga Jatinegara. Lokasi yang strategis berada di jalan utama dan kompleks perkantoran Jatinegara. Berkembangnya percetakan ini tentu tidak lepas dari bentuk pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumennya. Bentuk pelayanan jasa ini akan mempengaruhi pada kepuasan konsumen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan Percetakan Bangkit Copy.

Percetakan Bangkit Copy dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen dari kualitas yang diberikan agar terciptanya kepuasan bagi konsumen. Pelayanan penjualan pada Percetakan Bangkit Copy belum maksimal, yaitu fasilitas yang ada terbatas (tempat parkir yang kurang rapih, penataan meja dan kursi yang kurang baik) proses

pelayanan yang memakan waktu cukup lama, tetapi itu tidak menyurutkan konsumen untuk datang ke Percetakan Bangkit Copy.

Hasil penelitian sebelumnya sebagaimana dilaporkan Agustina (2019)<sup>[7]</sup>, dalam studi pengaruh kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari hasil uji koefisien korelasi, hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil yang cukup besar dan signifikan pengaruhnya sehingga mengandung makna bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, walaupun kepuasan pelanggan masih juga dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang di atas mendorong penulis untuk meneliti dalam bentuk Tugas Akhir untuk melihat dan menganalisis lebih lanjut terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bidang percetakan yang akan dijadikan penelitian berbentuk Tugas Akhir berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy).”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah tampilan fisik (*tangible*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy?
2. Apakah kehandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy?

3. Apakah daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy?
4. Apakah jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy?
5. Apakah empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy?
6. Apakah tampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh tampilan fisik (*tangible*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh kehandalan (*reliability*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
4. Untuk mengetahui apakah pengaruh jaminan (*assurance*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
5. Untuk mengetahui apakah pengaruh empati (*emphaty*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

6. Untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

- a. Dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan dalam menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada Percetakan Bangkit Copy Kabupaten Tegal.
- b. Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan dan pemahaman bagi penulis mengenai pengaruh kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada Percetakan Bangkit Copy Kabupaten Tegal.

2. Bagi Politeknik Harapan Bersama

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, apabila penulis lain akan mengambil tema penelitian yang sama.

3. Bagi Percetakan Bangkit Copy Kabupaten Tegal

- a. Dengan adanya penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan diharapkan tugas akhir ini dapat membantu Percetakan Bangkit Copy untuk pengambilan keputusan yang lebih baik.

b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga memberikan kepuasan pelanggan yang lebih baik.

### **1.5 Batasan Masalah**

Permasalahan yang akan dibatasi dalam penyusunan penelitian ini, mengingat masalah yang dihadapi oleh Percetakan Bangkit Copy banyak, maka penulis membatasi pada kualitas pelayanan meliputi kepuasan pelanggan, tampilan (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

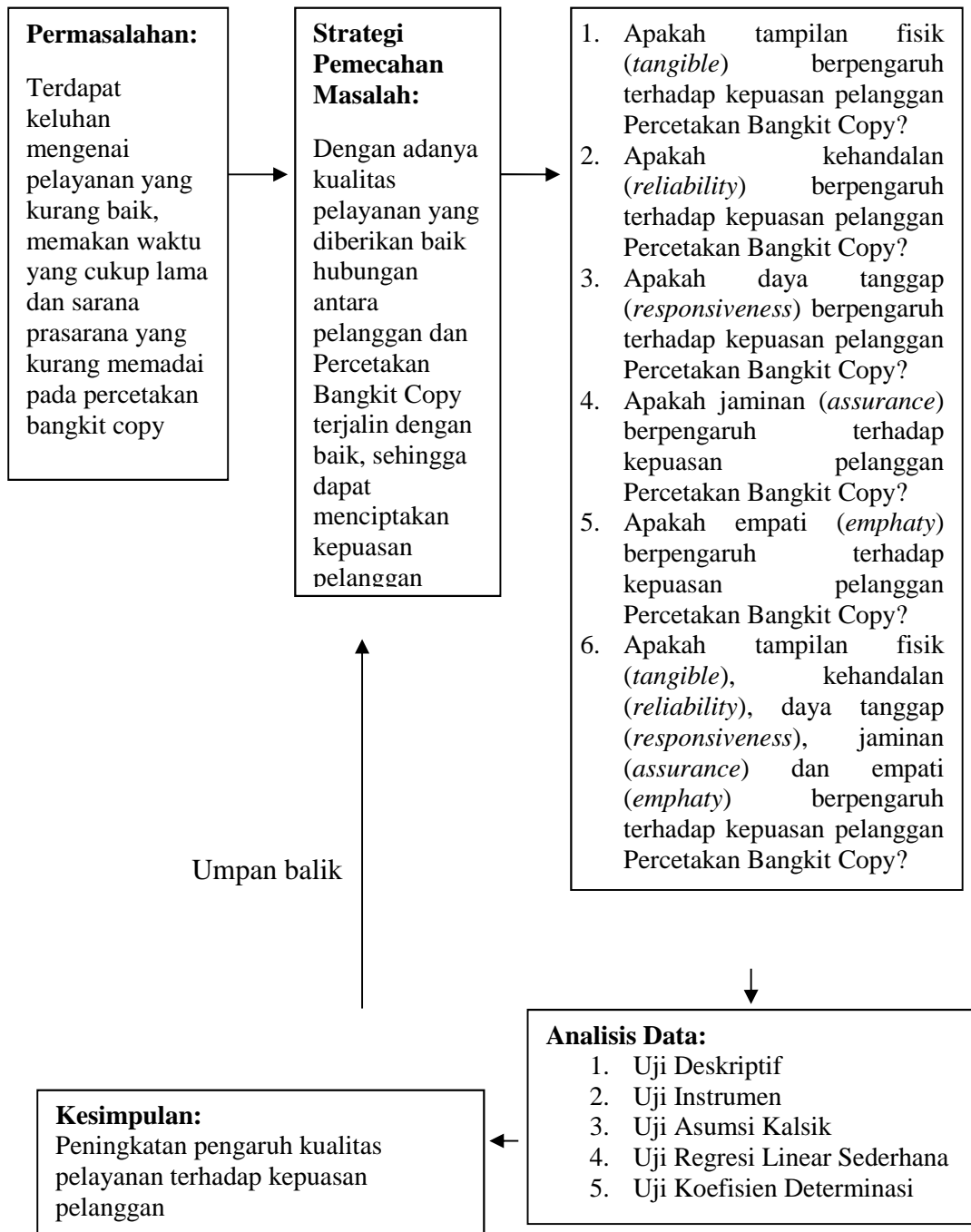
### **1.6 Kerangka Berpikir**

Kualitas pelayanan adalah perbandingan kenyataan pelayanan yang diterima dengan harapan yang diterima. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh penyedia jasa pelayanan. Kepuasan pelanggan akan menentukan keberhasilan pelayanan jasa dalam menyelenggarakan pelayanan.

Pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan yang akan diteliti adalah: tampilan (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Karakteristik pelanggan (responden) seperti: umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, berapa kali berkunjung yang diduga menjadi indikator kualitas pelayanan dan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dijabarkan dalam kerangka berpikir penelitian.



Berdasarkan hal tersebut, maka secara sederhana kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan dengan gambar 1.1 kerangka berpikir:



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, intisari/abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

### 2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

#### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, pengertian kepuasan pelanggan, faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan ditinjau dari kualitas

pelayanan, dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian mengenai tinjauan umum jasa pelayanan seperti sejarah singkat, profil, struktur organisasi, tugas dan wewenang, laporan hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi instansi atau perusahaan.

### DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka berisi tentang daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

### 3. Bagian Akhir

#### LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kualitas Pelayanan

##### 2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2016)<sup>[8]</sup>. Definisi lain kualitas pelayanan menurut (Wyckof, 2012)<sup>[9]</sup>, merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selanjutnya definisi kualitas pelayanan menurut (Mauludin, 2001)<sup>[10]</sup> mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk konsumsi, bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai) bersifat tidak berwujud dan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik (ideal), dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan

dipersepsikan jelek (kurang ideal), sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Menurut (Garvin, 1996 dalam Agustina, 2019)<sup>[11]</sup> menyatakan bahwa: “Terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi”. Kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi setiap konsumen dari sebuah produk yang dibelinya. Konsumen dalam kesehariannya menggunakan produk

baik yang berwujud ataupun tidak berwujud (jasa) tidak akan lepas dari kualitas baik yang diharapkan konsumen.

Seorang pemasar harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, kemudian berusaha memenuhinya demi meningkatkan penjualan. Kualitas yang baik akan dapat menambah kepuasan bagi konsumen terhadap produk yang dibelinya. Bila konsumen mendapatkan kualitas baik setiap kali membeli produk yang dibutuhkannya, maka ada kemungkinan besar konsumen tersebut melakukan pembelian berulang kali dan hal ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut.

#### 2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016)<sup>[12]</sup> bahwa terdapat lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERVQUAL (*service quality*) yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai status kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Dimensi Berwujud (*Tangibles*) Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Dapat meliputi fasilitas fisik

(gedung, buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.

2. Dimensi Keandalan (*Reliability*) Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Dimensi Daya tanggap/kesigapan (*Responsiveness*) Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. Dimensi Jaminan (*Assurance*) Pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya bagi para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:
  - a. Komunikasi (*Communication*), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dari para pelanggan.



- b. Kredibilitas (*Credibility*), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
  - c. Keamanan (*Security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.
  - d. Kompetensi (*Competence*), yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
  - e. Sopan santun (*Courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopan-santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
5. Empati (*Empathy*) Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

### 2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktivitas dan suatu produk dengan harapannya (Nursalam, 2011)<sup>[13]</sup>. Kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang bermutu. Mutu pelayanan yang baik tidak hanya diukur dari kemewahan fasilitas, kelengkapan teknologi dan penampilan fisik akan tetapi dari sikap dan perilaku karyawan harus mencerminkan profesional dan mempunyai komitmen tinggi (Supartiningsih, 2017)<sup>[14]</sup>.

Tingkat kepuasan setiap pelanggan berbeda-beda, tergantung situasi dan kondisi yang dihadapinya. Ada beberapa orang yang cepat merasa puas dan ada pula yang memiliki persepsi cukup tinggi tentang kepuasan di dalam dirinya, sehingga pelanggan tersebut sulit merasa puas. Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perasaan pelanggan yang timbul sebagai akibat dari kinerja layanan yang diperolehnya setelah pelanggan membandingkannya dengan apa yang diharapkannya.

Tingkat kepuasan pelanggan institusi pelayanan adalah *added value* bagi pimpinan, manager dan karyawan. *Value* berasal dari jenis pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, atau sistem manajemen institusi tersebut, atau sesuatu yang bersifat emosional. Kalau

pelanggan mengatakan bahwa *value* mereka adalah pelayanan yang bermutu maka kepuasan pelanggan adalah mutu pelayanan.

Pelanggan yang puas akan menceritakan tentang kepuasannya kepada kerabat dekat atau orang lain tentang pengalaman mereka. Ini akan menjadi referensi yang cukup baik dan menguntungkan bagi institusi penyedia jasa. Jika kinerja penyedia jasa yang diperoleh pelanggan di suatu fasilitas jasa sesuai dengan harapannya, pelanggan tersebut pasti akan selalu datang layanan jasa tersebut. Pelanggan akan selalu mencari layanan jasa di fasilitas yang kinerjanya dapat memenuhi harapan atau tidak mengecewakan pelanggan.

#### 2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut (Nooria, 2008)<sup>[15]</sup>, faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas produk atau jasa, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk atau jasa yang digunakan berkualitas. Persepsi pelanggan terhadap kualitas produk atau jasa dipengaruhi oleh dua hal yaitu kenyataan kualitas produk atau jasa dan komunikasi perusahaan, dalam hal ini percetakan dalam mengiklankan tempatnya.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Faktor emosional, pelanggan merasa bangga, puas dan kagum terhadap rumah layanan yang terpandang.
4. Harga, semakin mahal harga jasa maka pelanggan mempunyai harapan yang lebih besar. Sedangkan jasa yang berkualitas sama tetapi berharga murah, memberi nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka pelanggan cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu: kesesuaian antara harapan dan kenyataan layanan selama proses menikmati jasa, perilaku personal, suasana dan kondisi fisik lingkungan, *cost* atau biaya, promosi atau iklan yang sesuai dengan kenyataan (Nursalam, 2011)<sup>[16]</sup>. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan, biaya jasa, lokasi, fasilitas, *image*, desain visual, suasana dan komunikasi.

### 2.2.3 Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan oleh konsumen. Kepuasan tergantung oleh kualitas pelayanan perusahaan, karena jika semakin tinggi tingkat kualitas perusahaan

maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang dihasilkan” (Kotler dan Kevin 2012)<sup>[17]</sup>. Agar dapat bersaing dan berkembang perusahaan dituntut untuk mampu memberikan layanan yang berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan pelayanan jasa yang tidak memenuhi kualitas maka akan dengan sangat mudah ditinggalkan pelanggan dan beralih ke pesaing lain. Untuk menghindari hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan pelayanan dan kualitas produk yang berorientasi pada keputusan pembelian.

### **2.3 Kepuasan Sebagai Dimensi Kualitas Pelayanan**

Tingkat kepuasan adalah “*satisfaction is person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing of product’s perceiver performance (or outcome) in relation to his or her expectations.*” (Kotler, 2000)<sup>[18]</sup>. Artinya kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Sukar untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, karena menyangkut perilaku dan sifatnya sangat subyektif. Kepuasan seseorang terhadap suatu obyek bervariasi mulai dari tingkat sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, sangat tidak puas. Dengan pelayanan yang sama untuk kasus yang sama bisa terjadi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berbeda-beda. Hal ini bergantung dari latar belakang pelanggan itu sendiri, karakteristik individu yang sudah ada sebelum timbulnya datang ke tempat jasa yang disebut dengan

*predisposing factor*. Faktor-faktor tersebut antara lain: pangkat, tingkat ekonomi, kedudukan sosial, pendidikan, latar belakang sosial budaya, sifat umum kesukuan, jenis kelamin, sikap mental, dan keperibadian seseorang.

Keputusan seorang konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang dan jasa dipengaruhi beberapa faktor antara lain adalah persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Pernyataan ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara “kepuasan konsumen” dengan “kualitas pelayanan”. Kepuasan pelanggan mempunyai peranan penting dalam perkiraan kualitas pelayanan jasa. Kepuasan dapat dianggap sebagai pertimbangan dan keputusan penilaian pelanggan terhadap keberhasilan pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah salah satu ukuran kualitas pelayanan jasa dan merupakan alat yang dapat dipercaya dalam membantu menyusun suatu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari sistem pelayanan di perusahaan.

Konsumen merasa puas dengan pelayanan bila pelayanan yang diberikan dalam arti sesuai dengan apa yang diharapkan, besar kemungkinan konsumen ini akan kembali pada kesempatan lain yang lebih penting lagi konsumen akan menceritakan pada teman-temannya tentang kepuasan yang diterimanya. Untuk itu perusahaan perlu untuk selalu menjaga hubungan dengan pelanggan-pelanggan yang telah menggunakan jasa pelayanan.

Kepuasan masyarakat sebagai penerima layanan merupakan perbandingan antara layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan. Bila hasilnya mendekati satu maka masyarakat akan puas, begitu juga sebaliknya bila harganya jauh lebih kecil dari satu maka masyarakat tidak puas. Idealnya

adalah melebihi satu yang berarti bahwa jasa layanan yang diberikan melebihi harapan atau ada harapan yang tak diduga (antisipasi) yang dipuaskan. Bila hal ini tercapai maka masyarakat akan puas terhadap layanan yang diterima.

Secara teoritis, defenisi diatas dapat diartikan bahwa semakin tinggi selisih antara kebutuhan pelayanan jasa yang berkualitas sesuai keinginan pelanggan dengan pelayanan yang telah diterimanya, maka akan terjadi rasa ketidakpuasan pelanggan. Asumsi teoritis diatas selaras pendapat Agustina (2019)<sup>[19]</sup>, yang dapat disimpulkan bahwa kepuasan seseorang pelanggan berarti terpenuhinya kebutuhan yang diinginkan diperoleh dari pengalaman dari melakukan sesuatu, pekerjaan, dan memperoleh perlakuan tertentu atau memperoleh sesuatu sesuai kebutuhan yang diinginkan.

Istilah kepuasan dipakai untuk menganalisis atau mengevaluasi hasil, membandingkan kebutuhan yang ditetapkan individu dengan kebutuhan yang diperolehnya. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa berbagai kegiatan dan prasarana kegiatan pelayanan jasa yang mencerminkan kualitas perusahaan merupakan determinan utama dari kepuasan pelanggan. Pelanggan akan memberikan penilaian (reaksi afeksi) terhadap berbagai kegiatan pelayanan yang diterimanya maupun terhadap sarana dan prasarana yang terkait dengan penyelenggaraan pelayanan.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1	Yusep E.P (2020), “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan (X)</li> <li>• Kepuasan Pelanggan (Y)</li> </ul>	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa ada konsumen yang merasa puas dan ada juga yang merasa tidak puas terhadap desain grafis di Percetakan Topten Kota Metro
2	Nurfaizah (2019) “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Usaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan (X)</li> <li>• Kualitas Produk (Y)</li> <li>• Kepuasan Pelanggan (Z)</li> </ul>	Analisis Regresi Linear Berganda	Kualitas pelayanan dan kualitas produk, secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan,



	Koveksi Percetakan Ankso Production”			
3	Sumawardani et al. (2016) “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Desain dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Peningkatan Penjualan di Percetakan”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan (X1)</li> <li>• Kualitas Desain (X2)</li> <li>• Harga (X3)</li> <li>• Kepuasan Pelanggan (Y)</li> </ul>	Analisis Regresi Linear Berganda	Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, desain dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan penjualan adalah signifikan
4	Novia Susanti dan Achmad Ichsan (2017) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan (X)</li> <li>• Kepuasan Pelanggan (Y)</li> </ul>	Analisis Regresi Linear Sederhana	Kualitas Pelayanan PT. Astellas Pharma Indonesia di kategorikan kurang baik.

	Pada PT. Astellas Pharma Indonesia”			
5	Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja dan Joko Widodo (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan (X)</li> <li>• Kepuasan Pelanggan (Y)</li> </ul>	Analisis Regresi Linear Sederhana	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi.
6	Heni Rohaeni dan Nisa Marwa (2018) “Kualitas Pelayanan Terhadap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan (X)</li> <li>• Kepuasan Pelanggan (Y)</li> </ul>	Analisis Regresi Linear Sederhana	Pengaruh kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan pelanggan

	Kepuasan Pelanggan”			
7	Ajis Setiawan, Nurul Qomariyah dan Haris Hermawan (2019) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan (X)</li> <li>• Kepuasan Konsumen (Y)</li> </ul>	Analisis Regresi Linear Sederhana	Pengaruh kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat terhadap kepuasan konsumen

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diberikan untuk memberikan rasa dalam pemenuhan kebutuhan dengan menyediakan kualitas pelayanan yang baik. Hal ini menyatakan bahwa ada hubungan antara pelayanan dengan kepuasan seseorang serta keuntungan penyedia jasa di mana kualitas yang lebih baik menghasilkan kepuasan yang tinggi.

Kepuasan adalah suatu kondisi dimana keinginan serta harapan dipenuhi oleh pelayanan yang diberikan. Meningkatkan kepuasan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem pelayanan dalam

mengembangkan sesuatu yang disediakan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan tampilan fisik (*tangible*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Dapat meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan tampilan fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang pertama adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Tampilan fisik (*tangible*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

2. Pengaruh kualitas pelayanan daya tanggap (*responsiveness*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan

dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan daya tanggap/*responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang kedua adalah sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

3. Pengaruh Kualitas pelayanan Keandalan (*Reliability*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan keandalan/*reliability* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang ketiga adalah sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : Keandalan (*reliability*) berpengaruh secara signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

4. Pengaruh kualitas pelayanan jaminan (*assurance*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun pegawai, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Jika jaminan dilakukan dengan baik dan benar kepuasan konsumen akan bagus.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan jaminan/*assurance* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang keempat adalah sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Jaminan (*assurance*) berpengaruh secara signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

5. Pengaruh kualitas pelayanan empati (*empaty*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian

dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan empati/*emphaty* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang kelima adalah sebagai berikut:

H<sub>5</sub> : Empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan dalam

menciptakan kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

6. Pengaruh tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dalam menciptakan kepuasan publik.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>6</sub> : Tampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Percetakan Bangkit Copy.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah Percetakan Bangkit Copy. Lokasi penelitian ini berlokasi di Jalan Pancasila, Desa Jatinegara RT 003 RW 003 Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal (depan kantor UPTD Kecamatan Jatinegara).

#### **3.2 Waktu Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian adalah selama 3 bulan terhitung sejak 1 April 2021 sampai dengan 1 Juli 2021.

#### **3.3 Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah menggunakan data kualitatif dan data kuantitatif. Untuk pengertian dari data kualitatif dan data kuantitatif adalah sebagai berikut:

##### **3.3.1 Data Kualitatif**

Data kualitatif yaitu data dalam bentuk kata-kata atau bukan bentuk angka (Suliyanto, 2018)<sup>[20]</sup>. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat. Data kualitatif diperoleh melalui teknik pengumpulan data yaitu wawancara dengan pemilik. Metode analisis yang bersifat menggambarkan keterangan – keterangan dan



penjelasan dari hasil koefisien yang diperoleh dan dapat digunakan sebagai pedoman untuk menggambarkan saran.

### 3.3.2 Data Kuantitatif

Data Kuantitatif menurut (Suliyanto, 2018)<sup>[20]</sup> yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran. Metode Kuantitatif merupakan suatu cara dalam sebuah penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian terhadap suatu populasi ataupun sampel. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data diperoleh melalui teknik pengumpulan dan hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden. Data kuantitatif penelitian berupa hasil dari masing-masing pertanyaan di kuesioner yang diolah melalui SPSS 21. Hasil pengolahan data tersebut menghasilkan output tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang disajikan dalam tabel-tabel hasil dari analisis yang dilakukan oleh peneliti.

## 3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 3.4.1 Data Primer

Data Primer menurut (Suliyanto, 2018)<sup>[20]</sup> adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data ini seperti peneliti memberikan kuesioner yang berisi beberapa

pernyataan kepada responden dan jawaban mereka yang menjadi data primer dalam penelitian ini.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder menurut (Suliyanto, 2018)<sup>[20]</sup> adalah data yang digunakan oleh organisasi yang bukan pengolanya. Dalam hal ini data sekunder yang diperoleh seperti internet, buku, jurnal dan data statistik.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut:

#### 3.5.1 Observasi

Observasi menurut (Sugiyono, 2016)<sup>[21]</sup> yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada pelanggan percetakan bangkit copy dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

#### 3.5.2 Wawancara

Wawancara menurut (Sugiyono, 2016)<sup>[21]</sup> yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden yang terkait dalam penyusunan tugas akhir ini.

### 3.5.3 Teknik Angket (Kuesioner)

Memberikan daftar pernyataan pada responden dan meminta mereka untuk memberikan jawaban atas daftar pernyataan yang ada merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Sub indikator dapat berbentuk pernyataan yang harus dijawab oleh responden.

Menurut (Sugiyono, 2016)<sup>[21]</sup> peneliti menggunakan Skala *Likert's* dengan memberikan skor jawaban sebagai berikut:

STS	(Sangat tidak setuju)	= 1
TS	(Tidak setuju)	= 2
KS	(Kurang Setuju)	= 3
S	(Setuju)	= 4
SS	(Sangat Setuju)	= 5

## 3.6 Populasi dan Sampel

### 3.6.1 Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2016)<sup>[21]</sup> adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subyek yang menjadi kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran di dalam penelitian ini adalah pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

### 3.6.2 Sampel

Sampel menurut (Sugiyono, 2016)<sup>[21]</sup> adalah bagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data yang sebenarnya. Dengan kata

lain sampel merupakan bagian dari populasi. Pada penelitian ini menggunakan teknik *total sampling* (sampel jenuh). Sampling jenuh atau *total sampling* adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, waktu pengambilan data dimulai pada tanggal 1 April sampai dengan 1 Juli 2021 dengan jumlah populasi 50 responden, maka sampel yang digunakan adalah sebanyak 50 responden.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2016)<sup>[21]</sup>, variabel penelitian adalah suatu sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

#### **3.7.1 Variabel Independen**

Menurut Sugiyono (2016)<sup>[21]</sup>, variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan yang dibagi menjadi beberapa subvariabel yaitu tampilan fisik ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ) dan empati ( $X_5$ ).

#### **3.7.2 Variabel Dependen**

Menurut Sugiyono (2016)<sup>[21]</sup>, variabel dependen adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam

penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan sebagai variabel (Y)

### **3.8 Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini perhitungan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) atau Program Statistika untuk Ilmu-ilmu sosial versi 21. Adapun metode analisis data yang digunakan yaitu sebagai berikut:

#### **3.8.1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016)<sup>[21]</sup>. Analisis deskriptif dalam penelitian ini akan disajikan dalam tabel distribusi frekuensi yang menggambarkan tentang karakteristik responden.

#### **3.8.2. Uji Instrumen**

Menurut (Sugiyono, 2016)<sup>[21]</sup> Uji Instrumen pengukur seluruh variabel pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dan disampaikan kepada responden untuk dapat memberikan pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialaminya. Angket sebagai instrumen harus memenuhi persyaratan utama, yaitu valid dan reliabel. Uji instrumen dibagi menjadi 2 (dua) yaitu, sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2002)<sup>[22]</sup>. Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidak suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan menghubungkan atau mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu.

Pengujian validitas tiap item pertanyaan dilakukan dengan menghitung korelasi *pearson product moment* antara skor item dengan skor total. Suatu item pertanyaan dikatakan valid jika signifikansi  $< 0,05$ .

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Arikunto, 2002)<sup>[22]</sup>, reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan. Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan kuesioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Reliabilitas menunjukkan bahwa pada suatu pengertian bahwa instrument

cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut cukup baik.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya relatif sama maka alat ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

Reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian suatu kuesioner dikatakan Reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan Uji Statistik *Cronbach Alpha* suatu variabel dikatakan reliabel (handal) jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik, maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah

tersebut. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendekteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Apabila nilai signifikansi  $>0.05$  maka data berdistribusi normal (Arikunto, 2002)<sup>[22]</sup>.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas  $=0$ . Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut (Arikunto, 2002)<sup>[22]</sup>, cara



medeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut, besarnya variabel *Inflation Factor/VIF* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai  $VIF \leq 10$ , besarnya *tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai  $tolerance \geq 0,1$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Arikunto, 2002)<sup>[22]</sup> uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat dari residual terhadap variabel dependen yang distandarisasi. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Menurut (Arikunto, 2002)<sup>[22]</sup> uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t

dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama yang lainnya

#### 3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan alat pengukuran pengaruh variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas, disebut linear karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus. Berikut estimasi regresi linear berganda:

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

Y = Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  = koefisien korelasi Berganda

X1 = Variabel *Tangible*

X2 = Variabel *Responsiveness*

X3 = Variabel *Reliability*

X4 = Variabel *Assurance*

X5 = Variabel *Emphaty*

e = Komponen eror

Dalam analisis regresi linear berganda uji yang diperlukan antara lain:

### 1) Uji t (parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variabel terikat, bermaksud untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain itu konstan. Apakah ada pengaruh signifikan dari variabel terikat kepuasan pelanggan terhadap variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari subvariabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan Formulasi Hipotesis -  $H_0 : \beta = 0$ , artinya variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y. -  $H_0 : \beta = 0$ , artinya variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y.
- b) Menentukan derajat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ )
- c) Menentukan signifikansi - Nilai signifikansi (*P Value*) < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. - Nilai signifikansi (*P Value*) > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

d) Membuat kesimpulan - Bila (*P Value*) < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Bila (*P Value*) > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

## 2) Uji F (Uji simultan)

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5%. Apabila nilai *F* hasil perhitungan lebih besar dari nilai *F* tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan variabel independen adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari subvariabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati variabel dependen adalah kepuasan.

### 3.8.4.1 Koefisien Determinasi (Adj $R^2$ )

Koefisien Determinasi =  $R^2$  (Koefisien korelasi pangkat dua) ialah besarnya sumbangan/andil (*share*) dari *X* terhadap variasi (naik turunnya) *Y*. Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Nilai koefisien korelasi

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Percetakan Bangkit Copy**

##### **3.1.1 Sejarah Percetakan Bangkit Copy**

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah Percetakan Bangkit Copy. Lokasi penelitian ini berlokasi di Jalan Pancasila, Desa Jatinegara RT 003 RW 003 Kecamatan Jatinegara Kabupaten Tegal (Depan Kantor UPTD Kecamatan Jatinegara). Bangkit Chandra Birama atau yang kenal mas Bangkit, merupakan seorang pemuda kelahiran Tegal yang telah mengenyam 12 tahun pendidikannya di kota tersebut. Begitu lulus dari SMA 2 Slawi, beliau sempat melanjutkan untuk berkuliah di Universitas Jendral Sudirman Jurusan Hukum. Namun karena cita-cita yang begitu besar pada dunia desain, beliau memutuskan untuk meninggalkan bangku kuliahnya dan fokus sepenuhnya untuk terjun dalam dunia desain. Beliau memulai kariernya sebagai desainer di suatu perusahaan desain ternama pada tahun 2015. Setelah dirasa mendapatkan bekal pengalaman kerja yang cukup di perusahaan tersebut, Bangkit memutuskan resign dari perusahaan tersebut pada akhir tahun 2017 dan mendirikan usaha sendiri yang diberi nama Bangkit Copy.

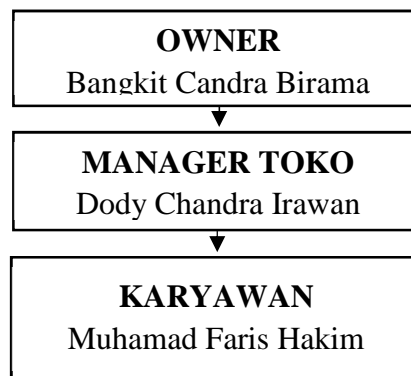
Pada awalnya Bangkit mendapat kendala dalam memulai usahanya tersebut. Pertama berasal dari keraguan keluarganya atas keputusan beliau meninggalkan pekerjaannya yang sudah mapan. Bangkit harus berusaha keras meyakinkan keluarganya tersebut. Kedua adalah kendala modal yang terbatas. Uang untuk bertahan hidup, hanya cukup untuk sebulan karena itu adalah gaji terakhir. Namun keterbatasan itu dihadapinya dengan tegar dan tetap melangkah maju. Beliau dengan segala inisiatifnya mulai gencar melakukan promosi mulai dari memasang iklan di koran dan menawarkan jasa desainnya lewat SMS serta sosial media lainnya. Memang benar proses tak akan pernah membohongi hasil, begitu pula promosi yang dilakukan Bangkit ini akhirnya berbuah manis, usahanya mulai dikenal banyak orang dan pesananpun datang dari mana-mana. Tak kurang dari 30 pelanggan setiap bulan mempercayakannya pada Bangkit dan datang tidak dari lingkup terdekat saja, tapi juga datang dari lingkup lainnya. Kepercayaan yang demikian besar ini diperoleh karena Bangkit yang tidak gampang berpuas diri, beliau selau mengikuti perkembangan dunia usaha baik lewat internet maupun lewat buku-buku. Sehingga daya kreativitasnya tidak sampai buntu. Beliau menyatakan bahwa omset yang diperolehnya telah melampaui berkali-kali lipat daripada gajinya dulu sebagai karyawan.

Dengan segala kegemilangan suksesnya itu namun bukan berarti beliau tidak pernah mengalami jatuh bangun dalam menjalankan

usahanya. Menurut beliau persaingan justru mengasyikkan karena banyaknya orang yang terlibat di dalamnya. Beliau tidak takut pesaing akan memengaruhi omsetnya karena bagi beliau rejeki masing-masing orang sudah ada yang mengatur. Beliau pun tidak segan membagikan tips kesuksesannya, beliau mengatakan yang penting menyerahkan semuanya kepada Tuhan dan pantang menyerah serta terus berusaha saja pasti jalan itu akan terbuka dengan sendirinya ketika kita berusaha.

### 3.1.2 Struktur Organisasi

#### STRUKTUR ORGANISASI BANGKIT COPY



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Percetakan Bangkit Copy

Sumber: Arsip Percetakan Bangkit Copy, 2021

### 3.1.3 Tugas dan Wewenang

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang Struktur Organisasi Percetakan Bangkit Copy, maka penulis akan menjelaskan tentang tugas (*job description*) yaitu:

Tabel 4.1. *Job Desk* Percetakan Bangkit Copy

Bagian	Tugas
--------	-------



Owner	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memimpin Toko</li> <li>2. Membuat Peraturan Toko</li> <li>3. Bertanggung Jawab Atas Kerugian</li> <li>4. Mengembangkan Strategi Bisnis</li> </ol>
Manager Toko	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat dan mengembangkan strategi toko yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang datang, meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan keuntungan</li> <li>2. Memimpin, melatih, memotivasi, membimbing dan memberi feedback kepada staff toko.</li> <li>3. Memastikan pelayanan toko sebaik mungkin untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi.</li> <li>4. Mengatur penempatan barang dan mengatur lokasi produk yang tepat untuk menciptakan <i>customer experience</i> yang baik.</li> </ol>
Karyawan Toko	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan pimpinan</li> <li>2. Menyediakan konsumsi</li> <li>3. Manajemen stok habis pakai Penjualan</li> <li>4. Distribusi konsumsi semua prodi/unit (kolaborasi dengan 50nstrume)</li> </ol>
Maintenance	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebersihan gedung</li> <li>2. Kebersihan gedung</li> <li>3. Koordinasi OB</li> </ol>

	4. Cek kerusakan/ Monitoring berkala
Sarpras	1. Monitoring kendaraan dinas 2. Pengelolaan satpam dan parkir

Sumber: Arsip Percetakan Bangkit Copy, 2021

### 3.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini berusaha menjawab permasalahan penelitian tentang pengaruh tampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy yang dilakukan pada tanggal 1 April 2021 sampai dengan 1 Juli 2021. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Percetakan Bangkit Copy dengan latar belakang yang berbeda-beda dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Pengambilan data dilakukan dengan cara meminta sampel untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti. Setelah selesai, peneliti mengolah hasil dan menganalisis hasil instrument yang telah diisi oleh sampel.

#### 3.2.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini berupa karakteristik responden. Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki responden itu sendiri. Karakteristik ini untuk melihat responden memiliki latar belakang seperti apa yang dalam penelitian ini latar belakang responden difokuskan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan dan keperluan. Hasil yang didapat adalah:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden

<b>Karakteristik</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase</b>
<b>Usia</b>		
• 20 – 30	18	36%
• 31 – 40	18	36%
• 41 – 50	10	20%
• 51 – 60	4	8%
<b>Jenis Kelamin</b>		
• Laki – Laki	30	60%
• Perempuan	20	40%
<b>Pekerjaan</b>		
• Ibu Rumah Tangga	4	8%
• Mahasiswa	12	24%
• PNS	12	24%
• Swasta	22	44%
<b>Keperluan</b>		
• Membuat Banner	10	20%
• Fotokopi	26	52%
• Print	14	28%

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini berjumlah 50 orang. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa responden berusia 20-30 tahun sejumlah 18 orang atau sebesar 36%, responden dengan usia 31-40 tahun sejumlah 18 orang atau sebesar 36%, berusia 41-50 tahun sejumlah 10 orang atau sebesar 10% dan responden dengan usia 51-60 tahun sejumlah 4 orang atau sebesar 8%. Responden berjenis kelamin laki-laki sejumlah 30 orang atau

sebesar 60% dan responden perempuan sejumlah 20 orang atau sebesar 40%.

Selain itu karakteristik responden menurut pekerjaan adalah sejumlah 4 orang atau sebesar 8% sebagai ibu rumah tangga, mahasiswa sejumlah 12 orang atau sebesar 24%, PNS sejumlah 12 orang atau sebesar 24% dan swasta sejumlah 22 orang atau sebesar 44%. Keperluan responden yang datang pada percetakan Bangkit Copy juga berbeda-beda, sejumlah 10 orang atau sebesar 20% datang untuk membuat banner, untuk fotokopi sejumlah 26 orang atau sebesar 52% dan untuk print sejumlah 14 orang atau sebesar 28%.

### 3.2.2 Analisis Instrumen

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah bagaimana peneliti mengkaji tentang sejauh mana instrument penelitian mewakili kenyataan. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yang mana penelitian ini mempelajari fenomena yang nyata. Oleh sebab itu, validitas instrument mengacu untuk menjadikan alat ukur yang tepat untuk mengukur fenomena yang sebenarnya. Sebelum instrument diujikan terhadap sampel, peneliti melakukan pengujian validasi agar diperoleh instrument yang valid. Hasil dari validasi instrument dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3. Validitas Instrumen

<b>Instrumen</b>	<b>Signifikansi</b>	<b>Keterangan</b>
<b>TAMPILAN</b>		
Butir 1	.000	Valid
Butir 2	.004	Valid
Butir 3	.003	Valid
Butir 4	.000	Valid
<b>DAYA TANGGAP</b>		
Butir 1	.002	Valid
Butir 2	.000	Valid
Butir 3	.005	Valid
<b>KEHANDALAN</b>		
Butir 1	.030	Valid
Butir 2	.000	Valid
Butir 3	.000	Valid
Butir 4	.000	Valid
<b>KEPASTIAN</b>		
Butir 1	.032	Valid
Butir 2	.011	Valid
Butir 3	.000	Valid
Butir 4	.040	Valid
<b>EMPATI</b>		
Butir 1	.001	Valid

Butir 2	.010	Valid
Butir 3	.016	Valid
<b>KEPUASAN</b>		
Butir 1	.040	Valid
Butir 2	.000	Valid
Butir 3	.001	Valid
Butir 4	.000	Valid

Sumber: Data Primer, 2021

Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas yang telah dijelaskan pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa kuesioner instrument valid. Hasil nilai signifikansi atau nilai p (*sig. tailed*) pada semua instrument menunjukkan lebih kecil dari 0.05 yang berarti  $p < 0.05$  pada semua instrument.

#### b. Uji Reliabilitas

Sebelum kuesioner dan tes diujikan terhadap sampel penelitian, peneliti melakukan pengujian reliabilitas agar diperoleh kuesioner dan tes yang reliabel digunakan. Hasil dari hasil reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.4, sebagai berikut:

Tabel 4.4. Reliabilitas Instrumen

	<b>NILAI SIGNIFIKANSI Alpha Cronbach's</b>	<b>KETERANGAN</b>
<b>Tampilan</b>	.807	Reliabel
<b>Kehandalan</b>	.790	Reliabel
<b>Daya Tanggap</b>	.779	Reliabel
<b>Jaminan</b>	.649	Reliabel
<b>Empati</b>	.677	Reliabel
<b>Kepuasan</b>	.786	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2021

Dari hasil uji reliabilitas yang telah dijelaskan pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel. Hasil korelasi menunjukkan semua instrument nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0.60.

### 3.2.3 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Hasil pengolahan uji normalitas residual dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,94146887
	Absolute	,181
Most Extreme Differences	Positive	,106
	Negative	-,181
Kolmogorov-Smirnov Z		1,216
Asymp. Sig. (2-tailed)		,104

Sumber: Data Primer, 2021

Dalam uji normalitas, pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hal ini dilakukan karena jumlah sampel 40 responden. Hasil uji normalitas output pada tabel 4.5 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.104, dapat diartikan bahwa nilai  $p > 0.05$ . maka asumsi uji klasik normalitas terpenuhi.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolineritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas jika variabel bebas berkolerasi maka variabel–variabel ini tidak ortogonal variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas =0. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adanya multikolineritas dalam model regresi adalah sebagai berikut, besarnya variabel *Inflation Factor/VIF* pedoman suatu



model regresi yang bebas yaitu nilai  $VIF \leq 10$ , besarnya *tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai  $tolerance \geq 0,1$ . Tabel hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4.6. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Tampilan	.807	1.238	Non-Multikolinieritas
Daya Tanggap	.785	1.274	Non-Multikolinieritas
Kehandalan	.389	2.567	Non-Multikolinieritas
Jaminan	.387	2.584	Non-Multikolinieritas
Empati	.552	1.813	Non-Multikolinieritas

Dari hasil pengujian multikolinieritas Sumber: Data Primer, 2021 disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0.10. Sehingga dapat diketahui bahwa uji asumsi klasik multikolinieritas terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilihat dari uji *glejser* terhadap variabel dependen yang distandarisasi. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Tampilan	.235	Non-Heteroskedastisitas
Daya Tanggap	.702	Non-Heteroskedastisitas
Kehandalan	.778	Non-Heteroskedastisitas
Jaminan	.218	Non-Heteroskedastisitas
Empati	.235	Non-Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer, 2021

Dari hasil pengujian pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung *heteroskedastisitas* melainkan *homoskedastisitas*. Artinya tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan kesalahan (residual) semakin besar pula.

d. Uji Autokorelasi

Uji *autokorelasi bertujuan* menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. *Autokorelasi* muncul karena observasi yang berurutan sepanjang

waktu berkaitan satu sama yang lainnya. Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time series*) atau ruang (*cross section*). Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8. Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	,32924
Cases < Test Value	22
Cases >= Test Value	23
Total Cases	45
Number of Runs	21
Z	-,600
Asymp. Sig. (2-tailed)	,548

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi menggunakan uji *runs test* dengan melihat nilai sig. > 0,05 data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi. Pada tabel diatas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,548 > 0,05 maka data tidak mengalami atau mengandung autokorelasi..

#### 4.2.4 Uji Hipotesis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan alat pengukuran pengaruh variabel yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas, disebut linear karena setiap estimasi atas nilai diharapkan mengalami peningkatan atau penurunan mengikuti garis lurus.

##### a. Uji t Parsial

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan variabel terikat, bermaksud untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain itu konstan. Apakah ada pengaruh signifikan dari variabel terikat kepuasan pelanggan terhadap variabel bebas yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari subvariabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Pedoman yang digunakan apabila nilai signifikansi  $>0.05$ , maka tidak ada pengaruh yang signifikan atau  $H_0$  diterima dan apabila nilai signifikansi  $<0.05$ , maka ada pengaruh yang signifikan atau  $H_0$  ditolak. Hasil uji t parsial dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9. Uji t Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	8,372	3,214		
TotalEmpati	1,431	,119	,645	11,975	,000
TotalKepastian	,311	,106	,160	2,932	,006
1 TotalKehandalan	1,123	,197	,442	5,700	,000
TotalDayaTanggap	,656	,254	,201	2,580	,014
TotalTampilan	1,135	,124	,599	9,193	,000

Sumber: Data Primer, 2021

Hasil output uji parsial (uji t) pada tabel 4.9 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Uji t Parsial Pada Tampilan Fisik ( $X_1$ )

Uji t terhadap indikator tampilan fisik ( $X_1$ ) didapatkan hasil dengan signifikansi t sebesar 0.000, maka secara parsial indikator tampilan fisik ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Percetakan Bangkit Copy.

2) Uji t Parsial Pada Daya Tanggap ( $X_2$ )

Uji t terhadap indikator daya tanggap ( $X_2$ ) didapatkan hasil dengan signifikansi t sebesar 0.014, maka secara parsial indikator daya tanggap ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Percetakan Bangkit Copy.

3) Uji t Parsial Pada Keandalan ( $X_3$ )

Uji t terhadap indikator keandalan ( $X_3$ ) didapatkan hasil dengan signifikansi t sebesar 0.000, maka secara parsial keandalan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Percetakan Bangkit Copy.

4) Uji t Parsial Pada Jaminan ( $X_4$ )

Uji t terhadap indikator jaminan ( $X_4$ ) didapatkan hasil dengan signifikansi t sebesar 0.006, maka secara parsial jaminan ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Percetakan Bangkit Copy.

#### 5) Uji t Parsial Pada Empati ( $X_5$ )

Uji t terhadap indikator empati ( $X_5$ ) didapatkan hasil dengan signifikansi t sebesar 0.000, maka secara parsial empati ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Percetakan Bangkit Copy.

Berdasarkan uraian dan output uji t parsial, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$ ,  $H_4$  dan  $H_5$  diterima. Artinya variabel tampilan fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Percetakan Bangkit Copy.

#### b. Uji F Simultan

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, derajat kepercayaan yang digunakan adalah 5%. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dengan variabel independen adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari subvariabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati variabel dependen adalah kepuasan. Hasil uji F simultan dapat dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10. Uji F Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1509,470	5	301,894	77,643	,000 <sup>b</sup>
	Residual	151,641	39	3,888		
	Total	1661,111	44			

Sumber: Data Primer, 2021

Dari hasil output tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa hasil signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . maka dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas tampilan fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

c. Uji Koefisien Determinasi (Adj R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square*. Hasil nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,953 <sup>a</sup>	,909	,897	1,972

Sumber: Data Primer, 2021

Hasil perhitungan regresi pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R Square*) yang diperoleh adalah sebesar 0.897. Hal ini berarti 89.7% kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari tampilan fisik, daya tanggap, kehandalan, jaminan dan empati. Sedangkan sisanya yaitu 9.8% kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Tampilan Fisik (*Tangible*) Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan.**

Terdapat pengaruh antara tampilan fisik/*tangible* ( $X_1$ ) terhadap kepuasan pelanggan pada percetakan Bangkit Copy. Artinya ada dampak yang dapat diandalkan. Tampilan fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Dapat meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.



Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tampilan fisik berpengaruh karena pegawai bersedia untuk membantu dan menanggapi semua keluhan masalah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Dari indikator tampilan fisik di Percetakan Bangkit Copy memberikan suasana yang bersih dan nyaman. Pegawai Percetakan Bangkit Copy yang selalu berpakaian rapi dan sopan serta kemampuan pegawai yang bersikap ramah dan profesional dalam melayani pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan tampilan fisik (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

#### 4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Daya Tanggap (*Responsiveness*) Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t untuk variabel kualitas pelayanan daya tanggap (*responsiveness*) secara parsial berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Maka hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima yang berarti semakin tinggi nilai daya tanggap, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas

pelayanan daya tanggap berpengaruh karena di Percetakan Bangkit Copy memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap serta mampu membantu pelanggan yang kesulitan dalam mengurus hal yang diperlukan. Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan daya tanggap/*responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

#### 4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Keandalan (*Reliability*) Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t untuk variabel kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) secara parsial berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima yang berarti semakin tinggi nilai keandalan, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan keandalan berpengaruh karena pegawai Percetakan Bangkit

Copy memiliki kemampuan pengetahuan tentang percetakan dan desain grafis yang benar serta mampu memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan. Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan kehandalan/*reliability* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

#### 4.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Jaminan (*Assurance*) Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t untuk variabel kualitas pelayanan jaminan (*assurance*) secara parsial berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Maka hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima yang berarti semakin nilai tinggi jaminan, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jaminan berpengaruh karena di Percetakan Bangkit Copy memberikan dukungan dan kerja sama terhadap pelanggan dan mampu mengatasi

berbagai keluhan dengan baik, pegawai juga mengedepankan kesopanan dan keramahan kepada semua pelanggan yang akan mengurus keperluannya.

Pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun pegawai, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Jika jaminan dilakukan dengan baik dan benar kepuasan pelanggan akan bagus.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan jaminan/*assurance* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

#### 4.3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Empati (*Empaty*) Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji t untuk variabel kualitas pelayanan empati (*empaty*) secara parsial berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Maka hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima yang berarti semakin tinggi nilai empati, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan empati

berpengaruh karena dilihat pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan dan mampu memahami semua kebutuhan pelanggannya.

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan empati/*emphaty* berpengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

#### 4.3.6 Pengaruh Tampilan Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil Uji F secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Maka, Hipotesis keenam diterima, artinya secara bersama-sama semua variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X3), dan empati (X5) berpengaruh signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan erat dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dimana jika kepuasan

pelanggan tinggi maka kualitas pelayanan akan dirasakan sesuai dengan keinginan masyarakat.

Hasil penelitian Yusep E.P (2020), yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Ekonomi Kreatif Bidang Desain Grafis Di Percetakan Topten Kota Metro, menunjukkan bahwa subvariabel kualitas pelayanan tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis tampilan fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Percetakan Bangkit Copy.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil analisis penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada studi kasus di Percetakan Bangkit Copy, maka penulis dapat menarik simpulan sebagai berikut:

1. Variabel tampilan fisik (*tangible*) terbukti secara signifikan memiliki pengaruh dengan probabilitas 0.000 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tampilan fisik (*tangible*) akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
2. Variabel daya tanggap (*responsiveness*) terbukti secara signifikan memiliki pengaruh dengan probabilitas 0.014 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
3. Variabel kehandalan (*reliability*) terbukti secara signifikan memiliki pengaruh dengan probabilitas 0.000 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kehandalan (*reliability*) akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
4. Variabel jaminan (*assurance*) terbukti secara signifikan memiliki pengaruh dengan probabilitas 0.006 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan

bahwa variabel jaminan (*assurance*) akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.

5. Variabel empati (*emphaty*) terbukti secara signifikan memiliki pengaruh dengan probabilitas 0.000 pada tingkat signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel empati (*emphaty*) akan mempengaruhi kepuasan pelanggan Percetakan Bangkit Copy.
6. Kualitas pelayanan secara signifikan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan nilai probabilitas sebesar 0.000 dan memiliki persentase sebesar 89.7%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan di atas, maka saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Percetakan Bangkit Copy perlu ditingkatkan karena terdapat keluhan dari pelanggan tentang pelayanan yang kurang maksimal dan diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Perlu meningkatkan jaminan kepada pelanggan Percetakan Bangkit Copy terutama waktu dalam melayani pelanggan. Melihat bahwa ada keluhan pelanggan terhadap waktu yang dibutuhkan saat proses pelayanan. Karena, variabel jaminan memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan jaminan, Percetakan Bangkit Copy harus mampu menambah kepercayaan pelanggan dengan memberikan jaminan waktu dan prosedur pelayanan yang tepat.



3. Percetakan Bangkit Copy perlu meningkatkan kualitas pelayanan kategori tampilan fisik, hal ini dikarenakan terdapat keluhan mengenai tampilan fisik berupa sarana dan prasarana yang kurang memadai. Penambahan bangku serta alat vital penunjang percetakan dapat meningkatkan nilai tampilan fisik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sulaiman, N. (2017). *Strategi Pelayanan Prima Pada Percetakan Izbick Desa Bajing Kulon Kecamatan Kroya Dalam Perspektif Islam*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- [2] Sulistyawati, N. M. (2015). *Kepuasan Pelanggan Restoran Indus*. E- J. Manaj. Unud 4, 2318–2332.
- [3] Sholeha, L., Djaja, S. & Widodo, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. J. Pendidik Ekonomi dan Ilmu Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Sosial. 12, 15.
- [4] Istiatin, E. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT Ramayana Motor*. Skripsi. Universitas Veteran Bandung.
- [5] Utami, A. T., Ismanto, H. & Lestari, Y. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien*. JKMP. Jurnal Kebijakan dan Manajemen. Publik 1, 83.
- [6] Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- [7] Agustina, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar*. Jurnal Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ilmu Sultah Agung. Skripsi. Universitas Negeri Malang.
- [8] Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- [9] Wyckof. (2012). *Kualitas Pelayanan*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta.
- [10] Mauludin, Hanif. (2001). *Analisis Kualitas Pelayanan, Pengaruhnya Terhadap Image (studi pada Penderita Rawat Inap RSUD. DR. R. Koesma Tuban)*. Jurnal Penelitian Akuntansi, Bisnis dan Manajemen. 7(1), 37-51.
- [11] Agustina, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar*. Jurnal Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ilmu Sultah Agung.
- [12] Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

- [13] Nursalam. (2011). *Konsep dan penerapan metodologi penelitian ilmu keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- [14] Supartiningsih, S. (2017). Kualitas Pelayanan Kepuasan Pasien Rumah Sakit: Kasus Pada Pasien Rawat Jalan, 6(April), pp. 9–15. doi: 10.18196/jmmr.6122.
- [15] Nooria. (2008). *Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- [16] Nursalam. (2011). *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- [17] Kotler & Kevin. (2012). *Marketing Management*. DOI 10.1007/978-1-4614-7807-2, © Springer Science+Business Media New York 2014.
- [18] Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management, The Millenium Edition, International Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc. 36(1).
- [19] Agustina. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar*. Jurnal Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ilmu Sultah Agung.
- [20] Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [21] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- [22] Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rhineka Cipt

## LAMPIRAN

### Lampiran I Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala
<b>Variabel Bebas</b>					
1	Tampilan fisik ( <i>tangible</i> )	Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana prasarana. Indikatornya mencakup : a. Ruang tunggu yang nyaman b. Kebersihan c. Pegawai yang berpenampilan rapi d. Sarana dan prasarana	kuesioner	Skor	Likert
2	Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> )	Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. a. Ketanggapan karyawan terhadap kebutuhan pelanggan b. Kecepatan karyawan memberikan pelayanan saat dibutuhkan c. Menanggapi keluhan dengan baik	kuesioner	Skor	Likert

3	Kehandalan ( <i>reliability</i> )	Yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, kehandalan, memuaskan. Dan indikatornya mencakup:  a. Ketepatan pelaksanaan layanan  b. Kesesuaian pelaksanaan dengan prosedur  c. Pelayanan tanpa kesalahan	kuesioner	Skor	likert
4	Jaminan ( <i>assurance</i> )	Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf/karyawan (bebas dari bahaya resiko dan keraguan),  indikatornya mencakup:  a. Kemampuan karyawan  b. Keramahan karyawan  c. Kepercayaan pelanggan  d. Keamanan pelanggan	kuesioner	Skor	Likert
5	Empati ( <i>emphaty</i> )	Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Indikatornya meliputi:  d. Perhatian tulus  e. Memahami kebutuhan pelanggan  f. Tidak pilih kasih	kuesioner	skor	Likert

		g. Memberikan informasi dan saran dengan bijak			
<b>Variabel terikat</b>					
6.	Kepuasan Pelanggan	<p>Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu pelayanan dengan harapan-harapannya.</p> <p>Dan indikatornya mencakup:</p> <p>a. Penerimaan pelanggan</p> <p>b. Ruang pelayanan dan fasilitas</p> <p>c. Pelayanan yang diberikan</p>	kuesioner	Skor	Likert

## Lampiran II Koesioner

### KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir Program Studi D III Akutansi Politeknik Harapan Bersama Tegal tentang “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan Percetakan Bangkit Copy)” saya bermaksud untuk meminta pendapat Bapak/Ibu mengenai kualitas pelayanan di UMKM Bangkit Copy.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan tanggapan dalam kuesioner ini sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu rasakan. Jawaban Bapak/Ibu tidak ada yang akan dinyatakan salah. Kami akan menjaga kerahasiaan data Bapak/Ibu dengan tidak mempublikasikannya. Kritik, saran, maupun masukan mengenai angket ini dapat dilakukan melalui emai ke [afifitriani7@gmail.com](mailto:afifitriani7@gmail.com) atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Tegal, Juni 2021

Peneliti

Afi Fitriani

### Petunjuk Penilaian

Berikan tanda centang (√) pada isian berganda dan isilah titik -titik pada pertanyaan di bawah ini, sesuai penilaian Bapak/Ibu selama dirawat di Rumah Sakit.

- 1.) Nama :
- 2.) Usia : Tahun
- 3.) Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
- 4.) Pekerjaan :
- 5.) Keperluan :

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (√) (pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut:

- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1  
 Tidak Setuju (TS) = 2  
 Ragu-ragu (R) = 3  
 Setuju (S) = 4  
 Sangat Setuju (SS) = 5

### A. Kualitas Pelayanan(X)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
A	<b>Tangible/Tampilan Fisik (X<sub>1</sub>)</b>					
1	Saya mendapatkan ruang tunggu yang nyaman					
2	Saya merasa kebersihan ruangan selalu terjaga					
3	Saya merasa pegawai selalu berpenampilan rapi					
4	Saya merasa perlengkapan di Percetakan Bangkit Copy memadai					



No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
<b>B</b>	<b>Responsiveness/Daya Tanggap (X<sub>2</sub>)</b>					
1	Saya merasa Percetakan Bangkit Copy dalam mengani permintaan dengan baik					
2	Saya merasa ketika membutuhkan permintaan dilayani dengan cepat					
3	Saya merasa keluhan dan keperluan saya ditanggapi dengan baik					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
<b>C</b>	<b>Reliability/Kehandalan (X<sub>3</sub>)</b>					
1	Saya merasa karyawan memiliki solusi yang akurat					
2	Saya merasa pelayanan yang diberikan cepat					
3	Biaya yang dipungut kepada saya sesuai dengan ketentuan yang ada					
4	Saya merasa pelayanan tanpa ada kesalahan					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
<b>D</b>	<b>Assurance/Kepastian (X<sub>4</sub>)</b>					
1	Saya merasa karyawan Percetakan Bangkit Copy ahli di bidangnya					
2	Saya merasa karyawan di Percetakan Bangkit Copy dapat diandalkan					
3	Saya merasa karyawan yang bertugas selalu ramah dan bersikap sopan					
4	Saya merasa dilayani dengan aman					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	R	S	SS
<b>E</b>	<b>Emphaty/Empati (X<sub>5</sub>)</b>					
1	Saya mendapatkan perhatian khusus secara tulus					
2	Saya merasa Percetakan Bangkit Copy memahami kebutuhan					
3	Saya merasa Percetakan Bangkit Copy tidak membedakan pelanggan					

## B. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	R	TS	STS
1	Secara umum sebagai pelanggan, saya merasa puas layanan yang diberikan Percetakan Bangkit Copy					
2	Saya merasa senang dan nyaman saat berinteraksi dengan karyawan					
3	Saya akan merekomendasikan Percetakan Bangkit Copy pada orang lain					
4	Saya tetap akan memilih Percetakan Bangkit Copy sebagai jasa layanan percetakan dibandingkan percetakan lainnya					

### Lampiran III Data Analisis Deskriptif

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Keperluan
1	35	L	Swasta	Banner
2	20	P	Mahasiswa	Print
3	55	P	IRT	Fotokopi
4	31	L	Swasta	Fotokopi
5	20	L	Swasta	Fotokopi
6	22	L	Swasta	Fotokopi
7	33	L	Swasta	Fotokopi
8	33	P	IRT	Fotokopi
9	37	P	IRT	Print
10	22	L	Mahasiswa	Print
11	45	L	Swasta	Banner
12	42	L	PNS	Banner
13	38	L	Swasta	Fotokopi
14	22	P	PNS	Fotokopi
15	37	P	Swasta	Fotokopi
16	25	L	Swasta	Print
17	40	L	Mahasiswa	Print
18	35	L	Mahasiswa	Fotokopi
19	23	P	IRT	Fotokopi
20	56	L	PNS	Fotokopi
21	33	P	Swasta	Fotokopi
22	20	P	Mahasiswa	Banner
23	22	L	Mahasiswa	Print
24	22	L	Swasta	Print
25	43	P	Swasta	Fotokopi
26	45	P	PNS	Print
27	36	L	Swasta	Fotokopi
28	41	L	PNS	Fotokopi
29	33	P	Swasta	Fotokopi
30	35	L	Swasta	Fotokopi
31	26	P	Swasta	Print
32	20	L	Mahasiswa	Print
33	33	L	Swasta	Banner
34	47	P	PNS	Print
35	22	L	Mahasiswa	Fotokopi
36	35	L	Swasta	Fotokopi
37	41	P	PNS	Fotokopi

38	23	L	Mahasiswa	Print
39	24	L	Mahasiswa	Fotokopi
40	43	L	PNS	Banner
41	45	P	PNS	Print
42	36	L	Swasta	Fotokopi
43	41	L	PNS	Fotokopi
44	33	P	Swasta	Fotokopi
45	35	L	Swasta	Fotokopi
46	43	L	PNS	Banner
47	45	P	PNS	Print
48	36	L	Swasta	Fotokopi
49	41	L	PNS	Fotokopi
50	33	P	Swasta	Fotokopi

#### Lampiran IV Data Kuesioner

No	Tampilan Fisik					Daya Tanggap			
	1	2	3	4	Jumlah	1	2	3	Jumlah
1	2	2	2	3	9	2	4	4	10
2	4	4	4	2	14	4	4	4	12
3	2	2	2	2	8	2	3	3	8
4	4	4	3	4	15	4	4	4	12
5	4	4	4	4	16	4	4	4	12
6	4	4	5	5	18	5	2	2	9
7	4	2	2	3	11	4	4	4	12
8	4	4	4	4	16	4	4	4	12
9	4	4	4	4	16	3	4	4	11
10	4	4	4	4	16	4	4	4	12
11	3	2	3	2	10	2	2	4	8
12	2	4	4	4	14	4	4	4	12
13	2	2	2	2	8	2	3	3	8
14	4	4	4	2	14	3	4	4	11
15	4	4	4	4	16	4	4	4	12
16	5	5	4	4	18	4	2	2	8
17	3	4	4	4	15	2	4	4	10

18	4	4	4	4	16	4	4	4	12
19	4	3	3	4	14	4	4	4	12
20	4	4	4	4	16	4	4	4	12
21	4	4	4	4	16	4	4	2	10
22	4	4	5	5	18	5	4	4	13
23	4	2	2	3	11	4	4	4	12
24	4	4	4	4	16	4	2	2	8
25	2	4	4	4	14	4	4	4	12
26	2	2	2	2	8	2	2	2	6
27	4	4	4	2	14	3	4	4	11
28	4	4	4	4	16	4	4	4	12
29	5	5	4	4	18	4	4	4	12
30	3	4	4	4	15	2	4	4	10
31	4	4	4	4	16	4	2	2	8
32	4	4	4	4	16	4	4	4	12
33	2	2	2	2	8	4	2	4	10
34	2	2	2	2	8	2	4	2	8
35	4	4	4	4	16	4	2	2	8
36	4	4	4	4	16	4	4	2	10
37	4	4	4	4	16	4	2	2	8
38	4	4	4	4	16	4	2	2	8
39	4	4	4	4	16	4	4	4	12
40	4	4	2	2	12	4	2	2	8
41	4	4	4	4	16	4	2	2	8
42	4	4	4	4	16	4	4	4	12
43	2	2	2	2	8	4	2	4	10
44	2	2	2	2	8	2	4	2	8
45	4	4	4	4	16	4	2	2	8
46	2	2	2	2	8	2	2	2	6
47	4	4	4	2	14	3	4	4	11
48	4	4	4	4	16	4	4	4	12
49	5	5	4	4	18	4	4	4	12
50	3	4	4	4	15	2	4	4	10

No	Kehandalan					Kepastian				
	1	2	3	4	Jumlah	1	2	3	4	Jumlah
1	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16

5	4	4	4	2	14	2	2	2	3	9
6	2	2	2	4	10	4	4	3	3	14
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
8	4	4	4	2	14	2	2	2	2	8
9	4	4	4	4	16	4	2	3	4	13
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
13	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
14	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	2	14	2	2	3	3	10
16	2	2	2	4	10	3	3	3	4	13
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
18	4	4	4	2	14	2	2	2	2	8
19	4	4	4	2	14	4	3	4	4	15
20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
21	4	2	4	2	12	2	2	2	3	9
22	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
23	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
24	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
26	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16
27	4	4	4	2	14	2	2	3	3	10
28	4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
30	4	4	4	2	14	2	2	2	2	8
31	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16
32	4	3	4	2	13	2	2	2	2	8
33	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
34	4	2	4	4	14	2	4	4	2	12
35	2	2	2	4	10	2	2	4	4	12
36	4	4	2	2	12	2	2	2	2	8
37	2	2	2	4	10	4	4	2	4	14
38	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
39	4	4	4	2	14	2	2	2	2	8
40	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16
41	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16
42	4	3	4	2	13	2	2	2	2	8
43	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
44	4	2	4	4	14	2	4	4	2	12
45	2	2	2	4	10	2	2	4	4	12

46	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16
47	4	3	4	2	13	2	2	2	2	8
48	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
49	4	2	4	4	14	2	4	4	2	12
50	2	2	2	4	10	2	2	4	4	12

No	Empati				Kepuasan				
	1	2	3	Jumlah	1	2	3	4	Jumlah
1	4	4	4	12	4	4	4	4	16
2	2	2	2	6	2	2	4	4	12
3	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	2	2	2	6	2	2	2	2	8
5	4	4	4	12	3	3	2	2	10
6	2	2	4	8	2	4	4	4	14
7	4	4	4	12	2	2	4	4	12
8	2	2	2	6	2	2	4	4	12
9	4	4	4	12	4	4	4	4	16
10	2	2	2	6	2	2	4	4	12
11	4	4	4	12	4	4	2	2	12
12	2	2	2	6	2	2	4	4	12
13	4	3	3	10	4	4	4	4	16
14	4	2	4	10	4	2	4	4	14
15	4	2	2	8	4	4	2	2	12
16	2	2	2	6	2	2	4	4	12
17	4	4	4	12	2	4	4	4	14
18	2	2	2	6	2	2	4	4	12
19	2	2	2	6	2	2	4	4	12
20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
21	2	2	2	6	2	2	4	4	12
22	4	4	4	12	3	4	2	2	11
23	2	4	4	10	4	4	2	2	12
24	4	2	4	10	2	4	4	4	14
25	2	2	2	6	2	2	4	4	12
26	4	2	4	10	4	2	4	4	14
27	2	2	2	6	2	2	4	4	12
28	2	2	2	6	2	2	4	4	12
29	4	4	4	12	4	4	4	4	16
30	2	2	2	6	2	2	2	2	8
31	2	2	2	6	2	3	4	2	11
32	4	4	4	12	3	3	4	4	14

33	4	4	4	12	4	4	4	4	16
34	4	4	4	12	4	4	2	2	12
35	4	4	4	12	4	4	4	4	16
36	4	4	4	12	4	4	2	2	12
37	2	2	2	6	3	3	4	4	14
38	4	3	3	10	3	4	4	4	15
39	4	4	4	12	4	4	4	4	16
40	2	2	2	6	2	2	4	4	12
41	2	2	2	6	2	3	4	2	11
42	4	4	4	12	3	3	4	4	14
43	4	4	4	12	4	4	4	4	16
44	4	4	4	12	4	4	2	2	12
45	4	4	4	12	4	4	4	4	16
46	4	4	4	12	4	4	2	2	12
47	2	2	2	6	3	3	4	4	14
48	4	3	3	10	3	4	4	4	15
49	4	4	4	12	4	4	4	4	16
50	2	2	2	6	2	2	4	4	12

### Lampiran V Lampiran Hasil Kualitatif

#### Umur grub

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati50 Percent
20-30	18	36	36	36
31-40	18	36	36	36
Valid 41-50	10	20	20	20
51-60	5	8	8	100
Total	50	100,0	100,0	

#### Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
L	30	60	60	60
Valid P	20	40	40	100,0
Total	50	100,0	100,0	

#### Pekerjaan



	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
IRT	4	8	8	8
Mahasiswa	12	24	24	24
Valid PNS	12	24	24	24
Swasta	22	44	44	100
Total	50	100,0	100,0	

#### Keperluan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Banner	10	20	20	13,3
Fotokopi	26	52	52	71,1
Valid Print	14	28	28	100,0
Total	50	100,0	100,0	

### Lampiran VI Lampiran Hasil Uji Instrumen

#### a. Hasil Uji Validasi

##### Tampilan

#### Correlations

		Butir1_1	Butir1_2	Butir1_3	Butir1_4	JUMLAHT AMPILAN
Butir1_1	Pearson Correlation	1	,529*	,441	,774**	,916**
	Sig. (2-tailed)		,017	,051	,000	,000
	N	20	20	20	20	20
Butir1_2	Pearson Correlation	,529*	1	,149	,346	,618**
	Sig. (2-tailed)	,017		,530	,136	,004
	N	20	20	20	20	20
Butir1_3	Pearson Correlation	,441	,149	1	,511*	,628**
	Sig. (2-tailed)	,051	,530		,021	,003
	N	20	20	20	20	20
Butir1_4	Pearson Correlation	,774**	,346	,511*	1	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000	,136	,021		,000
	N	20	20	20	20	20
Pearson Correlation		,916**	,618**	,628**	,899**	1

JUMLAHT	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,003	,000
AMPILAN	N	20	20	20	20

### Daya Tanggap

#### Correlations

		Butir2_1	Butir2_2	Butir2_3	JUMLAHDAYATANG GAP
Butir2_1	Pearson Correlation	1	,360	-,043	,657**
	Sig. (2-tailed)		,119	,858	,002
	N	20	20	20	20
Butir2_2	Pearson Correlation	,360	1	,430	,856**
	Sig. (2-tailed)	,119		,058	,000
	N	20	20	20	20
Butir2_3	Pearson Correlation	-,043	,430	1	,602**
	Sig. (2-tailed)	,858	,058		,005
	N	20	20	20	20
JUMLAH DAYATA NGGAP	Pearson Correlation	,657**	,856**	,602**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,005	
	N	20	20	20	20

## Kehandalan

## Correlations

		Butir3_1	Butir3_2	Butir3_3	Butir3_4	JUMLAHKE HANDALAN
Butir3_1	Pearson Correlation	1	,157	,218	,180	,486 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)		,508	,355	,449	,030
	N	20	20	20	20	20
Butir3_2	Pearson Correlation	,157	1	,663 <sup>**</sup>	,358	,751 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,508		,001	,121	,000
	N	20	20	20	20	20
Butir3_3	Pearson Correlation	,218	,663 <sup>**</sup>	1	,627 <sup>**</sup>	,872 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,355	,001		,003	,000
	N	20	20	20	20	20
Butir3_4	Pearson Correlation	,180	,358	,627 <sup>**</sup>	1	,783 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,449	,121	,003		,000
	N	20	20	20	20	20
JUMLAH	Pearson Correlation	,486 <sup>*</sup>	,751 <sup>**</sup>	,872 <sup>**</sup>	,783 <sup>**</sup>	1
KEHANDAL	Sig. (2-tailed)	,030	,000	,000	,000	
AN	N	20	20	20	20	20

## Kepastian

		Correlations				
		Butir4_1	Butir4_2	Butir4_3	Butir4_4	JUMLAHJA MINAN
Butir4_1	Pearson Correlation	1	-,223	,020	-,188	,449
	Sig. (2-tailed)		,345	,932	,427	,032
	N	20	20	20	20	20
Butir4_2	Pearson Correlation	-,223	1	,151	,179	,556 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,345		,526	,449	,011
	N	20	20	20	20	20
Butir4_3	Pearson Correlation	,020	,151	1	,323	,722 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,932	,526		,165	,000
	N	20	20	20	20	20
Butir4_4	Pearson Correlation	-,188	,179	,323	1	,463 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,427	,449	,165		,040
	N	20	20	20	20	20
JUMLAH JAMINAN	Pearson Correlation	,449	,556 <sup>*</sup>	,722 <sup>**</sup>	,463 <sup>*</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,032	,011	,000	,040	
	N	20	20	20	20	20

## Empati

## Correlations

		Butir5_1	Butir5_2	Butir5_3	TOTALEMPATI
Butir5_1	Pearson Correlation	1	,000	,049	,662**
	Sig. (2-tailed)		1,000	,837	,001
	N	20	20	20	20
Butir5_2	Pearson Correlation	,000	1	,000	,559*
	Sig. (2-tailed)	1,000		1,000	,010
	N	20	20	20	20
Butir5_3	Pearson Correlation	,049	,000	1	,531*
	Sig. (2-tailed)	,837	1,000		,016
	N	20	20	20	20
TOTAL EMPATI	Pearson Correlation	,662**	,559*	,531*	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,010	,016	
	N	20	20	20	20

## Kepuasan

## Correlations

		Butir6_1	Butir6_2	Butir6_3	Butir6_4	TOTALKEP UASAN
Butir6_1	Pearson Correlation	1	,514*	-,197	,288	,463*
	Sig. (2-tailed)		,020	,406	,217	,040
	N	20	20	20	20	20
Butir6_2	Pearson Correlation	,514*	1	,320	,633**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,020		,169	,003	,000
	N	20	20	20	20	20
Butir6_3	Pearson Correlation	-,197	,320	1	,564**	,670**
	Sig. (2-tailed)	,406	,169		,010	,001
	N	20	20	20	20	20
Butir6_4	Pearson Correlation	,288	,633**	,564**	1	,874**
	Sig. (2-tailed)	,217	,003	,010		,000
	N	20	20	20	20	20
TOTAL KEPUASAN	Pearson Correlation	,463*	,846**	,670**	,874**	1
	Sig. (2-tailed)	,040	,000	,001	,000	

N	20	20	20	20	20
---	----	----	----	----	----

## b. Hasil Uji Reliabilitas

Tampilan

Cronbach's Alpha	N of Items
,807	5

Kehandalan

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	5

Daya Tanggap

Cronbach's Alpha	N of Items
,779	4

Jaminan

Cronbach's Alpha	N of Items
,649	5

Empati

Cronbach's Alpha	N of Items

,677	4
------	---

Kepuasan Pelanggan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,786	5

**Lampiran VII Hasil Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,94146887
Most Extreme Differences	Absolute	,181
	Positive	,106
	Negative	-,181
Kolmogorov-Smirnov Z		1,216
Asymp. Sig. (2-tailed)		,104

**2. Uji Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	8,372	3,214				
TotalEmpati	1,431	,119	,645	11,975	,000	,807	1,238
TotalKepastian	,311	,106	,160	2,932	,006	,785	1,274
TotalKehandalan	1,123	,197	,442	5,700	,000	,389	2,567
TotalDayaTanggap	,656	,254	,201	2,580	,014	,387	2,584
TotalTampilan	1,135	,124	,599	9,193	,000	,552	1,813

### 3. Uji Heteroskedatisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	,161	,131		
TotalEmpati	,006	,005	,204	1,205	,235
TotalKepastian	-,005	,004	-,214	-1,251	,218
TotalKehandalan	-,002	,008	-,069	-,284	,778
TotalDayaTanggap	,004	,010	,094	,386	,702
TotalTampilan	-,003	,005	-,132	-,644	,523

### 4. Uji Autokorelasi



**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	,32924
Cases < Test Value	22
Cases >= Test Value	23
Total Cases	45
Number of Runs	21
Z	-,600
Asymp. Sig. (2-tailed)	,548

## Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis

### 1. t Parsial

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,372	3,214		2,605	,013
TotalEmpati	1,431	,119	,645	11,975	,000
TotalKepastian	,311	,106	,160	2,932	,006
TotalKehandalan	1,123	,197	,442	5,700	,000
TotalDayaTanggap	,656	,254	,201	2,580	,014
TotalTampilan	1,135	,124	,599	9,193	,000

### 2. F Simultan

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1509,470	5	301,894	77,643	,000 <sup>b</sup>
	Residual	151,641	39	3,888		
	Total	1661,111	44			

### 3. Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,953 <sup>a</sup>	,909	,897	1,972