

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA KANTIN KAMPUS ITN 2 MALANG)

Jeniriana Nitjano

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang
Email : Jeniriana31janu@gmail.com

Abstrak. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh dengan kualitas pelayanan yang diberikan dari suatu bisnis atau tempat kerja. Kantin ITN 2 Malang yang bergerak dalam bisnis kuliner yang berupa makanan dan minuman diduga terdapat masalah dengan pelayanan jasa yang diberikan terhadap konsumen Kantin ITN 2 Malang. Dari hasil penelitian dengan analisa regresi linear berganda diperoleh bahwa variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan adalah bukti langsung (X_1) positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,76. Kehandalan (X_2) negatif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar -1,59. Jaminan (X_3) positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,52. Daya tanggap (X_4) positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,21. Empati (X_5) negatif terhadap kepuasan konsumen mempunyai koefisien regresi sebesar -0,10. Variabel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah 1 bukti : Lancarnya fasilitas wifi yang tersedia, kantin yang terlihat bersih dan terawat, ketersediaan tempat duduk yang memadai langsung dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,76.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Di jaman era baru ini kemajuan bidang industri dan perekonomian mempengaruhi kehidupan masyarakat. Peningkatan status sosial, ekonomi dan industri berakibat pada gaya hidup dan perilaku seorang di dunia industri yang semakin maju ini.

Kantin ITN 2 yang bergerak dalam bisnis kuliner yang pelayanan jasa terhadap konsumen. Kantin ITN 2 diperlukan adanya kualitas pelayanan jasa yang maksimal.

Pelayanan jasa yang diberikan oleh kantin ITN 2 Malang. Hal ini akan mempengaruhi bisnis, karena keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan. Mutu / kualitas pelayanan harus dimulai dengan kebutuhan konsumen akan pelayanan dan berakhir pada persepsi konsumen akan kualitas pelayanan yang diberikan dengan kepuasan pelanggan sehingga usaha dapat bersaing dengan usaha-usaha yang bergerak pada bidang yang sama.

METODE

Penelitian ini adalah jenis penelitian diskriptif, pengumpulan data diperoleh melalui data primer. Sampel yang diambil dari konsumen

kantin Kampus ITN 2 Malang yang sudah mendapatkan pelayanan sebanyak minimal tiga kali, dengan menggunakan metode *accidental sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	30	60
Perempuan	20	40
Jumlah	50	100

Tabel ini menunjukkan responden berjenis kelamin laki-laki adalah terbanyak yang berjumlah 30 konsumen, sedangkan sisanya adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 20 konsumen.

Variabel (X)

- Tangible* (X_1)
- Reliability* (X_2)
- Responsiveness* (X_3)

- d. *Assurance* (X_4)
e. *Empathy* (X_5)

Variabel (Y)

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

2. Uji Normalitas

Tabel 2 Uji normalitas

	Predicted Value
N	50
Asymp. Sig. (2-tailed)	.120 ^c

Tabel di atas diketahui nilai signifikansi sebesar 0,120; dimana nilai tersebut > 0,05 atau dapat dikatakan bahwa data 50 responden di atas berdistribusi normal dan penelitian dapat dilanjutkan. Diketahui r hitung dari 17 pernyataan yang ada, kemudian dibandingkan dengan r tabel yakni sebesar 0,279.

3. Hasil Analisa Statistik Deskriptif

Tabel 3 Hasil Analisa Statistik Deskriptif

Variabel	Ran ge	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
Bukti Langsung	11	19	30	25.50	2.200
Kehandalan	10	15	25	21.74	2.144
Jaminan	6	14	20	17.33	1.564
Daya Tanggap	6	9	15	13.17	1.256
Empati	4	11	15	13.23	1.230
Kepuasan konsumen	7	13	20	16.81	1.440

Tabel di atas menunjukkan nilai cukup tinggi dari nilai tertinggi dan rendah dari bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap, empati.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 4 Uji validitas dan reliabilitas

No.	Pernyataan	Uji Validitas			Uji Reliabilitas	
		R hitung	r tabel	Kesim pulan	λ hit ung	Kesim Pulan
1	P1	0,600195	0,279	Valid	0,962	Reliabel
2	P2	0,684787	0,279	Valid		
3	P3	0,553318	0,279	Valid		
4	P4	0,556063	0,279	Valid		
5	P5	0,508272	0,279	Valid		
6	P6	0,522807	0,279	Valid		
7	P7	0,551009	0,279	Valid		
8	P8	0,484466	0,279	Valid		
9	P9	0,682556	0,279	Valid		
10	P10	0,584239	0,279	Valid		
11	P11	0,671661	0,279	Valid		
12	P12	0,512601	0,279	Valid		
13	P13	0,547768	0,279	Valid		
14	P14	0,583468	0,279	Valid		
15	P15	0,487689	0,279	Valid		
16	P16	0,501444	0,279	Valid		
17	P17	0,514151	0,279	Valid		

Dari tabel di atas diketahui r hitung dari 17 pernyataan yang ada, kemudian dibandingkan dengan r tabel yakni sebesar 0,279. Diketahui nilai r hitung untuk setiap pernyataan lebih besar dari r tabel atau dapat dikatakan hasil kuisioner valid. Sedangkan untuk uji reliabilitas diketahui nilai *Cronbach's alpha* > r tabel sehingga pernyataan untuk uji instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau penelitian ini dapat dilanjutkan.

5. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 5 Uji T

VARIABEL	Uji
	Signifikansi
Bukti Langsung	,001
Kehandalan	,05
Jaminan	,46
Daya Tanggap	,10
Empati	,90

1. Bukti Langsung

Bukti langsung mempunyai pengaruh $0,001 < 0,05$; bukti langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kehandalan

Kehandalan mempunyai pengaruh $0,05 = 0,05$; kehandalan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Jaminan

Jaminan mempunyai pengaruh $0,46 > 0,05$; jaminan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Daya Tanggap

Daya tanggap mempunyai pengaruh $0,10 > 0,05$; daya tanggap tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Empati

Empati mempunyai pengaruh $0,90 > 0,05$; empati tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

6. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 6 Uji F

ANOVA					
	Df	SS	MS	F	Significance F
Regression	5	1925,22	385,04	4,11	0,003
Residual	43	4022,77	93,55282		
Total	48	5948			

Tabel di atas mempunyai F hitung 4,11 pengaruh (P value) sebesar 0,003. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$). Angka

signifikansi (P value) sebesar $0,003 < 0,05$. H_0 diterima berarti, Fasilitas yang memiliki daya tarik, menyediakan jasa yang sesuai, menumbuhkan rasa percaya, kesiapan dalam merespon dan perhatian individual signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan.

7. Hasil uji regresi (Koefisien deterministik)

Tabel 7 Koefisien deterministik

SUMMARY OUTPUT	
Regression Statistics	
Multiple R	0,56892588
R Square	0,323676657
Adjusted R Square	0,245034408
Standard Error	9,672270653
Observations	50

Tabel di atas diketahui $R_2 = 0,24$. Hal ini dapat diartikan *independent* (bukti langsung, jaminan, daya tanggap dan empati) dapat menjelaskan variabel *dependent* (kepuasan pelanggan) sebesar 24%.

8. Hasil uji regresi (koefisien regresi)

Tabel 8 Koefisien regresi

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95,0%	Upper 95,0%
(Constant)	35,41	29,70	1,19	0,23	-24,49	95,31	-24,49	95,31
X1	1,76	0,67	2,59	0,01	0,39	3,12	0,39	3,12
X2	-1,59	0,81	-1,96	0,05	-3,23	0,03	-3,23	0,03
X3	0,52	0,71	0,73	0,46	-0,91	1,96	-0,91	1,96
X4	1,21	0,73	1,66	0,10	-0,25	2,69	-0,25	2,69
X5	-0,10	0,81	-0,12	0,90	-1,75	1,54	-1,75	1,54

$$Y = 35,4 + 1,76 X_1 - 1,59 X_2 + 0,52 X_3 + 1,21 X_4 - 0,10 X_5$$

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Uji parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil Uji parsial (Uji t) dengan tingkat kesalahan 5% diperoleh sebagai berikut : Variabel bukti langsung (X_1) berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Variabel kehandalan (X_2) berpengaruh signifikan dengan angka signifikansi sebesar 0,05. Variabel jaminan (X_3) tidak berpengaruh signifikan dengan angka signifikansi sebesar 0,46. Variabel daya tanggap (X_4) tidak berpengaruh signifikan dengan angka signifikansi sebesar 0,10. Variabel empati (X_5) tidak berpengaruh signifikan dengan angka signifikansi sebesar 0,90.

2. Uji simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil Uji simultan (Uji F) dengan tingkat kesalahan 5% sebagai berikut : (bersamaan) dapat menjelaskan kelima variabel yaitu bukti langsung (X_1), kehandalan (X_2), jaminan (X_3), daya tanggap (X_4) dan empati (X_5) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari nilai F hitung = 4,11 dengan angka signifikansi (P Value) sebesar $0,003 < 0,05$.

3. Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) dan analisa regresi linear berganda diperoleh :

- Variabel bukti langsung (X_1) : Lancarnya fasilitas wifi yang tersedia, Kantin yang terlihat bersih dan terawat, ketersediaan tempat duduk yang memadai, berpengaruh positif dengan nilai koefisien sebesar 1,76.
- Variabel kehandalan (X_2) : Konsultasi mahasiswa dengan pegawai kantin saat membeli, menu makan yang ditawarkan bervariasi, menu makanan yang ditawarkan selalu tersedia, ketepatan waktu pelayan, penyajian makanan sesuai dengan jenis menu yang disediakan, harga yang relatif murah, tidak berpengaruh dengan nilai koefisien sebesar -1,59.
- Variabel jaminan (X_3) : Memberikan rasa aman kepada pelanggan, jaminan yang diberikan saat menggunakan fasilitas yang

tersedia, berpengaruh positif dengan nilai koefisien sebesar 0,52.

- Variabel daya tanggap (X_4) : Kesiapan pegawai dalam merespon konsumen, respon penjualan yang baik kepada konsumen, pelayanan memahami kebutuhan pelanggan, berpengaruh positif dengan nilai koefisien sebesar 1,2.
- Variabel empati (X_5) : Pegawai peduli dengan pelanggan, kesan baik yang diberikan, mempunyai waktu operasi yang sesuai, tidak berpengaruh dengan nilai koefisien sebesar -0,10.
- Variabel paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan variabel (X_1) : Lancarnya fasilitas wifi yang tersedia, kantin yang terlihat bersih dan terawat, ketersediaan tempat duduk yang memadai, dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,76.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin, Ade. 2015. *Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Giant Supermarket Puri Anjasmoro Semarang*. Journal of Management, Volume 1 Nomor 1.
- Karla, Eva. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Department Store Kramat Jati*. UG Jurnal, Volume 9 Nomor 09.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi 4. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Yuwono, Hendro. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang*. Jurnal Ekonomi Manajemen, Volume 2 Nomor 2.
- Atmawati, Rustika. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*. Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis, Volume 05 Nomor 1.
- Wilujeng, Sri. 2015. *Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang*. Jurnal Modernisasi, Vol. 11 Nomor 2.