

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Baziduhu Laia

Pendidikan Ekonomi, Universitas Nias Raya
baziduhulaia@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kausal. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 konsumen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya. Dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu: $Y = 24,008 + 0,565X$, diperoleh nilai thitung $5,128 > t_{tabel} 1,661$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka keputusannya adalah H_a diterima H_0 ditolak dengan arti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian secara simultan ada pengaruh positif antara variabel independen kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan program SPSS 21.0 For Windows Evaluation Version diperoleh nilai R Square sebesar 0,612 atau 61,2%. Hasil uji hipotesis (uji t) nilai thitung diperoleh nilai sebesar $5,128 >$ nilai t_{tabel} sebesar 1,661 dengan derajat kebebasan 98 ($100-2$) pada $\alpha = 0,05$ karena $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya.

Kata Kunci: Kualitas; Pelayanan; Kepuasan Konsumen.

Abstract

This research aims to determine the influence of service quality on consumer satisfaction at UD. Laia in Hilimondrege Raya Village. This type of research is quantitative research that is causal in nature. The sample in this research consisted of 100 consumers. The analytical method used in this research is simple linear regression analysis. The results of this research indicate that there is a significant influence between Service Quality and Consumer Satisfaction at UD. Laia in Hilimondrege Raya Village. In this research, a simple linear regression equation was obtained, namely: $Y = 24.008 + 0.565$ on consumer satisfaction. Then simultaneously there is a positive influence between the independent variable service quality (X) on the dependent variable consumer satisfaction (Y) using the SPSS 21.0 For Windows Evaluation Version program, obtaining an R Square value of 0.612 or 61.2%. The results of the hypothesis test (t test) obtained a t value of $5.128 >$ a t table value of 1.661 with a degree of freedom of 98 ($100-2$) at $\alpha = 0.05$ because $0.000 < 0.05$, it can be concluded that service quality influences consumer satisfaction at UD. Laia in Hilimondrege Raya Village.

Keywords: Quality; Service; Consumer Satisfaction.

A. Pendahuluan

Seiring berkembangnya dunia bisnis yang semakin pesat, maka terbukalah peluang usaha untuk beragam produk baik itu jasa maupun barang, konsumen yang merupakan sasaran target bisnis menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan ini, kondisi yang demikian menyebabkan pemasar atau pelaku usaha berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Strategi yang digunakan berupa persaingan harga, persaingan produk, dan pelayanan. Hal ini bertujuan untuk menarik serta mempertahankan konsumen dan mempertahankan posisi unggul di pasar (Harefa 2021).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang dipandang cukup tinggi dalam melakukan kegiatan penjualan. Dalam pemasaran terjadi sebuah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Kunci terpenting dalam proses pencapaian tujuan perusahaan yakni kemampuan perusahaan dalam menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara efektif dan efisien dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya.

Kualitas pelayanan suatu keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari organisasi, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Kualitas pelayanan sebagai

upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan empati dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan saat itu juga (Harefa 2020).

Kualitas pelayanan adalah mutu pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan para konsumen dan kualitas pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Menurut Wyckof dalam Mulyawan (2016) "kualitas pelayanan adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan".

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019) "kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan". Selanjutnya menurut (Rahayu 2019) "kualitas pelayanan adalah hasil proses evaluasi pelanggan dengan membandingkan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang pelanggan terima dan pengalaman layanan masa

lalu". Menurut Tsoukatos dan Rand dalam (Rahayu 2019) "kualitas pelayanan adalah kesan pelanggan atas keunggulan layanan perusahaan dibandingkan dengan layanan pesaing".

Menurut Tjiptono (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), yakni mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Bukti fisik (*tangibles*), yakni meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Menurut Parasuraman dalam Indrasari (2019) terdapat beberapa indikator yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*). Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan dengan tepat yang meliputi kesesuaian kinerja dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
2. Kesadaran (*Awareness*). Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.
3. Perhatian (*Attention*) perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman yang membutuhkan bantuan.

4. Ketepatan (*Acuracy*). Ketepatan dalam memberi pelayanan kepada konsumen dengan baik.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa, sebaiknya jika pelayanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang telah dirasakannya dibandingkan dengan harapan dan kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukan oleh para konsumen ketika menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan apa yang diharapkan dan terpenuhi secara baik. Menurut Mowen dan Minor dalam Dwiastuti (2012) "kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya". Menurut Daga (2017) "kepuasan konsumen adalah merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja (hasil) dengan harapan yang diinginkannya".

Selanjutnya, menurut Umar dalam Sudirman (2020) "kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia

terima dan harapannya". Menurut Horward dan Sheth dalam Tjiptono (2014) "kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan".

Berdasarkan konsep diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah posisi aktual dimana perasaan konsumen melampaui ekspektasi atau harapan yang didapat dari manfaat produk sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen, sebaliknya jika pelanggan tidak merasakan kinerja dari produk tidak sesuai dengan harapannya maka mereka akan mengalami perasaan yang tidak terpuaskan.

Menurut Irawan dalam Daga (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:

1. Kualitas produk. Ada enam elemen dari kualitas produk yaitu, kinerja, daya tahan, fitur, reabilita, estetika, dan penampilan produk. kualitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen dan upaya perusahaan untuk melakukan perubahan kearah perbaikan terus menerus. Konsumen puas setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa dan ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga. Harga merupakan suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki ataupun menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam mengambil suatu keputusan membeli. Konsumen akan rela membayar sejumlah uang untuk produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan konsumen akan merasa

puas apabila produk atau jasa yang dibelinya sesuai dengan sejumlah uang yang dikeluarkan.

3. Kualitas pelayanan (*service quality*). Kualitas pelayanan mempunyai konsep yang sering dikenal dengan serqual yang memiliki lima dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati. Untuk diberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, diperlukan pembentukan sikap dan perilaku dari karyawan itu sendiri karena faktor manusia memegang konstribusi 70% oleh karena itu tidak mengherankan kualitas pelayanan sulit ditiru.
4. Faktor emosional (*emotional faktor*). Faktor emosional mempunyai peranan dalam kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya terlihat dari rasa bangga, percaya diri, simbol sukses ketika mereka menggunakan produk dengan merek ternama.
5. Kemudahan. Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, dan efesien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya.

Menurut Kotler dalam Rahayu (2019) indikator kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran, yaitu baik dengan menyediakan formulir, kotak saran, kartu komentar maupun dengan memperkerjakannya karyawan khusus untuk menangani keluhan serta keinginan konsumen.
2. Survei kepuasan pelanggan, yaitu mengirim daftarpertanyaan atau menelpon pelanggan terakhir sebagai sampel acak dan menanyakan kepuasan

mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan.

3. Belanja siluman, yaitu perusahaan membayar orang untuk bertindak sebagai pembeli potensial untuk melaporkan temuan-temuan mereka tentang kekuatan dan kelemahan yang mereka alami dalam membeli produk perusahaan dan produk pesaing.
4. Analisis kehilangan pelanggan, yaitu perusahaan menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau berganti pemasok untuk mempelajari sebabnya.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya bahwa kualitas pelayanan masih kurang baik, kurangnya kesadaran keramah-tamahandalam melayani konsumen, masih ada konsumen yang mengeluh dan kurang puas akan pelayanan yang diterimanya, kepuasan konsumen belum optimal dinilai dari sudut pandang konsumen, serta kurangnya perhatian yang diberikan kepada konsumen dalam mencermati kepuasan konsumen.

Batasan Masalah, untuk menghindari pembahasan yang sangat luas serta mengingat keterbatasan waktu dan biaya, maka peneliti membatasi penelitian ini pada "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Yudita Desa Ndaro Hilisimaetano." Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah diarahkan sebagai berikut yaitu adakah "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Yudita Desa Ndaro Hilisimaetano."

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini yakni untuk mengetahui "Pengaruh

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif yang bersifat sebab akibat (kausal). Menurut Sugiyono (2012) "metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Teknik pengumpulan data untuk memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan maka dalam penelitian ini menggunakan teknik dengan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket yang diberikan langsung kepada responden. Dalam kuesioner dibagi dalam dua variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen. Hasil pengumpulan data primer dari responden berupa jawaban dari kuesioner, selanjutnya dilakukan penentuan nilai atau skor dari alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert.

Menurut Sugiyono (2012) "skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor (Sugiyono, 2012:133):

- | | |
|------------------------------|----|
| a. Sangat Setuju (SS) | =5 |
| b. Setuju (S) | =4 |
| c. Ragu-Ragu (RR) | =3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | =2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | =1 |

Instrumen Penelitian:

1. Uji Validitas Data. Menurut Sugiyono (2012:180) "uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi atau *content* dari suatu

instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian". Rumus yang digunakan untuk korelasi *product moment*, menurut Sugiyono (2012) sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

2. Uji Reliabilitas. Menurut Sugiyono (2012) "pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal". Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *rest-test*, *equivalent*, dan *gabungan keduanya* dan secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Rumus yang digunakan dalam uji reliabilitas yaitu, menurut Sugiyono (2012:186):

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{M(k-M)}{ks_i^2} \right).$$

Pengujian Asumsi Klasik:

1. Uji normalitas Data. Menurut Sugiyono (2012) "uji normalitas data digunakan untuk mengetahui data setiap variabel yang akan dianalisis berdasarkan distribusi normal". Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan melalui uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Sminorv* (K-S). Jika hasil *Kolmogorov-Sminorv* menunjukkan nilai signifikan di atas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal.
2. Uji heteroskedastisitas, digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi

adanya ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Adanya heteroskedastisitas berarti ada varian variabel dalam model yang tidak sama (konstan). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati *scatter plot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual kuadrat. Jika *scatter plot* membentuk pola tertentu, maka hal tersebut menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas dan jika *scatter plot* menyebar secara acak, maka menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t). Menurut Suliyanto (2018:173) "uji t digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantungan atau tidak". Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti nilai t_{hitung} variabel tersebut lebih besar dibanding dengan nilai t_{tabel} . Untuk menentukan tingkat signifikan (α) sebesar 0,05 dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yang diperoleh dari tabel 1 dengan derajat kebebasan adalah $df: a/2 - n - k$. Untuk menghitung besarnya nilai t_{hitung} digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{bj}{sbj}$$

2. Koefisien Determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) merupakan sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel

independen dapat menjelaskan variabel dependennya. Semakin besar koefisien determinasinya, semakin baik variabel dependen dalam menjelaskan variabel independennya. Untuk menghitung koefisien determinasi digunakan rumus, (Suliyanto, 2018):

$$R^2 = 1 - \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})^2}{\Sigma(Y - \bar{Y})^2}$$

Metode analisis data yang akan dipakai untuk menguji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan kausal satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Model yang digunakan untuk melakukan analisis regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut (Suliyanto, 2018):

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Variabel yang diramalkan

a = Konstanta (*intercept*)

b = Koefisien regresi/*slope*

X = Variabel bebas

E = Nilai residu (error)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan regresi sebagai model analisisnya. Oleh karena itu, sebelum dilakukan estimasi data dengan analisis regresi linear sederhana, maka terlebih dahulu dilakukan beberapa pengujian asumsi klasik untuk mengecek ada tidaknya penyakit regresi di data penelitian. Uji ini perlu dilakukan agar hasil persamaan yang diperoleh nantinya akan baik tidak menyalahi aturan-aturan persamaan regresi sederhana.

1. Uji Asumsi Klasik.

Uji Normalitas Data. Berdasarkan sampel yang diambil dari populasi berdistribusi normal karena nilai t_{hitung}

Kolmogorov-Sminorv Z sebesar 0,547 dan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,926 > 0,05 maka dapat disimpulkan data residual berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terjadi kesamaan dan ketidaksamaan. Untuk mendeteksi ada atau tidak heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati *scatterplot* dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi, sumbu vertikal menggambarkan nilai residual.

2. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) dengan menggunakan uji parsial (uji t). Hasil uji t ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a			Sig.
	Unstandardized Coefficient	Standardized Coefficient	T	
	B	Std. Beta		
	Error			
(Constant)	11,692	5,023	2,328	,022
1 Kualitas Pelayanan (X)	,792	,092	,656	8,597

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2022. Dengan alat bantu SPSS 210 For windows.

Berdasarkan hasil uji parsial bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) karena diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 8,597 dan karena nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil pengolahan data koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,530 (53,0%) sehingga dapat ditunjukkan bahwa 53,0% keragaman variabel terikat (kepuasan konsumen) dan dapat dijelaskan sisanya 47,0% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Hasil lengkap dari pengolahan data dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,656 ^a	,530	,424	2,082	2,197

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2022. Dengan Alat Bantu SPSS 21.0 For Windows.

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil persamaan regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya, dapat dijelaskan dengan persamaan dibawah ini:

Tabel 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	11,692	5,023	
1 Kualitas Pelayanan (X)	,792	,092	,656

Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2022. Dengan Alat Bantuan SPSS 21.0 For Windows

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,692 + 0,792X$$

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana diatas dapat dijelaskan bahwa koefisien regresi variabel kualitas

pelayanan memiliki tanda positif. Hal ini berarti peningkatan variabel kualitas pelayanan (X) dapat meningkatkan nilai variabel kepuasan konsumen (Y). Interpretasi dari persamaan tersebut diatas, memberikan pemahaman bahwa nilai konstanta (a) sebesar 11,692 merupakan nilai kepuasan konsumen (Y) saat nilai kualitas pelayanan (X) bernilai nol, maka nilai koefisien (b) adalah sebesar 0,792 berarti bahwa jika penilaian kualitas pelayanan dimaksimalkan 100% atau diuraikan satu satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,792 atau 79,2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat tepat dan berguna untuk meningkatkan kepuasan konsumen di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya.

Berdasarkan perhitungan statistik diketahui nilai *R Square* 0,530 atau 53,0% artinya 53,0% kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) sedangkan sisanya 47,0% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Hal ini sangatlah baik sebab peran variabel bebas didalam model (kualitas pelayanan) lebih besar (53,0%) dibanding variabel-variabel bebas lainnya (tidak disebutkan/diluar model) yang hanya sebesar 47,0%.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Eny Prastiti (2019) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Plastik Bagong Trenggalek". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Adapun kesamaan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (kualitas pelayanan) dan variabel

terikat (kepuasan konsumen). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis linear sederhana.

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu perbedaan jumlah sampel, dalam penelitian sekarang berjumlah 100 responden, sedangkan pada penelitian terdahulu berjumlah 40 responden. Kemudian yang membedakan penelitian sekarang ini nilai t_{hitung} (8,597) > t_{tabel} (1,661) sedangkan pada penelitian terdahulu nilai t_{hitung} (34,667) > t_{tabel} (3,24) dengan tingkat signifikan sebesar 0,05% sehingga mendukung penelitian sekarang. Selanjutnya tempat penelitian sekarang ini di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya sedangkan tempat penelitian terdahulu yaitu pada UD. Plastik Bagong Trenggalek.

Perbandingan penelitian dengan penelitian terdahulu dengan: Penelitian yang dilakukan oleh Chistiany Shyntia Tombokan (2021) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen taxi online (Grab Car) di Kota Bitung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuaan konsumen dalam menggunakan fasilitas di era revolusi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan konsumen. Penelitian ini sama-sama menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana. Adapun perbedaan dalam penelitian yaitu, tempat atau objek penelitian, waktu penelitian dan hasil serta pembahasan.

Penelitian yang dilakukan oleh Andri Eko Putra dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

pada Depot Air Minum Legowo Tanah Mas Banyuasin”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Depot Air Minum Legowo Tanah Mas Banyuasin. Penelitian sama mengguakan persamaan regresi linear sederhana, adapun perbedaan dalam penelitia ini yaitu penelitian sekarang menggunakan sampel 100 sedangkan penelitian terdahulu menggunakan sampel 30, tempat atau objek penelitian, waktu penelitian serta hasil dan pembahasan.

Penelitian yang dilakukan oleh Adi Marsono dkk (2021) dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari perspektif ekonomi islam (Studi Kasus di UD. Ardian Kabupaten Nganjuk”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di UD. Ardian. Metode penelitian ini menggunakan pola penelitian deskripsi dan komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di UD. Ardian: persamaan dalam penelitian ini dengan pengumpulan data melalui observasi, angket dan dokumentasi. Adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu, tempat objek penelitian, waktu penelitian, hasil serta pembahasan.

D. Penutup

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di UD. Laia Di Desa

Hilimondrege Raya. Dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu: $Y = 24,008 + 0,565X$, diperoleh nilai $t_{hitung} 5,128 > t_{tabel} 1,661$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka keputusannya adalah H_a diterima H_0 ditolak dengan arti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian secara simultan ada pengaruh positif antara variabel indenpenden kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan program SPSS 21.0 For Windows Evaluation Version diperoleh nilai R Square sebesar 0,612 atau 61,2%. Hasil uji hipotesis (uji t) nilai t_{hitung} diperoleh nilai sebesar $5,128 >$ nilai t_{tabel} sebesar 1,661 dengan derajat kebebasan 98 (100-2) pada $\alpha = 0,05$ karena $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di UD. Laia Di Desa Hilimondrege Raya

E. Daftar Pustaka

- Adirasa Hadi Prastyo, D. (2021). Bookchapter Catatan Pembelajaran Dosen di Masa Pandemi Covid-19. 786236.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global RCI
- Darmawan Harefa, Murnihati Sarumaha, Kaminudin Telaumbanua, Tatema Telaumbanua, Baziduhu Laia, F. H. (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences. International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC), 4(2), 240–246.
- <https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Dwiasuti, Rini. Shinta, Agustina dan Isaskar, Riyanti. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Fau, A. D. (2022a). BUDIDAYA BIBIT TANAMAN ROSELA (HIBISCUS SABDARIFFA) DENGAN MENGGUNAKAN PUPUK ORGANIK GEBAGRO 77. TUNAS: Jurnal Pendidikan Biologi, 3(2), 10–18.
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/Tunas/article/view/545>
- Fau, A. D. (2022b). Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, Amaano., D. (2022). Teori Belajar dan Pembelajaran. CV. Mitra Cendekia Media.
- Harefa, D. (2018). Efektifitas Metode Fisika Gasing Terhadap Hasil Belajar Fisika Ditinjau Dari Atensi Siswa (Eksperimen Pada Siswa Kelas Vii Smp Gita Kirtti 2 Jakarta). Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan, 5(1), 35–48.
- Harefa, D. (2020a). Belajar Fisika Dasar Untuk Guru, Mahasiswa dan Pelajar. CV. Mitra Cendekia Media.
- Harefa, D. (2020b). Differences In Improving Student Physical Learning Outcomes Using Think Talk Write Learning Model With Time Token Learning Model. Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Sains, 1(2), 35–40.
- Harefa, D. (2020c). Pengaruh Antara Motivasi Kerja Guru IPA dan Displin Terhadap Prestasi Kerja. Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 6(3), 225–240.

- Harefa, D. (2020d). Pengaruh Model Pembelajaran Problem Solving Terhadap Hasil Belajar IPA Fisika Siswa Kelas IX SMP Negeri 1 Luahagundre Maniamolo Tahun Pembelajaran (Pada Materi Energi Dan Daya Listrik). *Jurnal Education and Development*, 8(1), 231–234.
- Harefa, D. (2020e). PENINGKATAN HASIL BELAJAR SISWA DENGAN PEMBELAJARAN KOOPERATIF MAKE A MATCH PADA APLIKASI JARAK DAN PERPINDAHAN. *GEOGRAPHY Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 8(1), 1–18.
- Harefa, D. (2020f). Peningkatan Hasil Belajar Siswa Dengan Pembelajaran Kooperatif Make A Match Pada Aplikasi Jarak Dan Perpindahan. *GEOGRAPHY: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/geography.v8i1.2253>
- Harefa, D. (2020g). Peningkatan Prestasi Rasa Percaya Diri Dan Motivasi Terhadap Kinerja Guru IPA. *Media Bina Ilmiah*, 13(10), 1773–1786. <https://doi.org/https://doi.org/10.33758/mbi.v13i10.592>
- Harefa, D. (2020h). Peningkatan Strategi Hasil Belajar IPA Fisika Pada Proses Pembelajaran Team Gateway. *JURNAL ILMIAH AQUINAS*, 3(2), 161–186.
- Harefa, D. (2020i). Perbedaan Peningkatan Hasil Belajar Fisika Siswa Menggunakan Model Pembelajaran Think Talk Write Dengan Model Pembelajaran Time Token. *Jurnal Inovasi Pendidikan Dan Sains*, 1(2), 35–40.
- Harefa, D. (2020j). Teori Ilmu Kealaman Dasar Kajian Untuk Mahasiswa Pendidikan Guru dan Akademis. Penerbit Deepublish. Cv Budi Utama.
- Harefa, D. (2020k). Perbedaan Hasil Belajar Fisika Melalui Model Pembelajaran Problem Posing Dan Problem Solving Pada Siswa Kelas X-MIA SMA Swasta Kampus Telukdalam. *Prosiding Seminar Nasional Sains 2020*, 103–116.
- Harefa, D. (2021). Monograf Penggunaan Model Pembelajaran Meaningful Instructional design dalam pembelajaran fisika. CV. Insan Cendekia Mandiri. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RTogEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&ots=gmZ8djJHZe&sig=JKoLHfClJJF6V29EtTToJCrvmnI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Harefa, D. (2022). EDUKASI PEMBUATAN BOOKCAPTHER PENGALAMAN OBSERVASI DI SMP NEGERI 2 TOMA. *Haga Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Harefa, D. (2023). EFEKTIVITAS MODEL PEMBELAJARAN TALKING CHIPS UNTUK. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1).
- Harefa, D., Hulu, F. (2020). Demokrasi Pancasila di era kemajemukan. CV. Embrio Publisher,.
- Harefa, D., Telambanua, K. (2020). Teori manajemen bimbingan dan konseling. CV. Embrio Publisher.
- Harefa, D., Telaumbanua, T. (2020). Belajar Berpikir dan Bertindak Secara Praktis Dalam Dunia Pendidikan kajian untuk Akademis. CV. Insan Cendekia Mandiri.

- Harefa, Darmawan., D. (2023a). Teori belajar dan pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/teori-belajar-dan-pembelajaran-C7IUL.html>
- Wau, F. T., Fau, S. H., & Waruwu, J. (2023). Transformasi Ekonomi Digital dan Implikasinya pada Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 6(2), 9-18.
- Wau, F. T., & Kiton, M. A. (2024). SIGNIFIKANSI INOVASI TEKNOLOGI DALAM KONTEKS EKSPANSI DAN TRANSFORMASI EKONOMI PASCA-PANDEMI. *Journal Publicuho*, 7(1), 76-88.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iyam Maryati, Yenny Suzana, Darmawan Harefa, I. T. M. (2022). Analisis Kemampuan Komunikasi Matematis dalam Materi Aljabar Linier. *PRISMA*, 11(1), 210–220.
- Martiman Suaizisiwa Sarumaha, D. (2023). Pendidikan karakter di era digital. CV. Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/pendidikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html>
- Mulyawan, Rahman. 2016. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Jakarta: UNPAD
- Rahayu, Sri. 2019. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*. Palembang: CV. Anugrah Jaya.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Kalimantan: Mulawarman University Press.
- Sarumaha, Martiman S., D. (2023). Model-model pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/model-model-pembelajaran-0BM3W.html>
- Sudirman. 2020. *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. Jakarta: UNPAD
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Afabeta
- Suliyanto. 2018. *Teknik Proyeksi Bisnis Teori dan Aplikasi Dengan Microsoft*. Yogyakarta: Andi.
- Surur, M., D. (2020). Effect Of Education Operational Cost On The Education Quality With The School Productivity As Moderating Variable. *Psychology and Education Journal*, 57(9), 1196–1205.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Umi Narsih, D. (2023). Bunga rampai “Kimia Analisis farmasi.” Nuha Medika. <https://www.numed.id/produk/bunga-rampai-kimia-analisis-farmasi-penulis-umi-narsih-faidliyah-nilna-minah-dwi-ana-anggorowati-rini-kartika-dewi-darmawan-harefa-jelita-wetri-febrina-a-tenriugi-daeng/>
- Wiputra Cendana., D. (2021). Model-Model Pembelajaran Terbaik. Nuta Media.