

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LAYANAN  
PAYMENT POINT ONLINE BANK (PPOB)  
(Studi Kasus Pada PT. Nusa Mandiri Kabupaten Berau)**

Annisah A Datuamas

STIE Muhammadiyah Tanjung Redeb

Email : Annisah137@gmail.com

**Abstrac**

*This study aims to analyze the factors that influence customer satisfaction with the payment of electricity and water bills for PDAMs at PT Nusa Mandiri. Methods of collecting data using a questionnaire distributed to 100 consumers of PT. Nusa Mandiri Berau District. The analysis tools used are Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Analysis, t Test and F Test. The results of this study indicate that the factors that have a significant effect on customer satisfaction are Service Quality, Responsiveness, Empathy, Tangible. Whereas reability and assurance do not significantly influence customer satisfaction.*

*Keywords: Consumer Satisfaction, Service Quality, Online Bank Payment Point Service (PPOB).*

**Abstrac**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pembayaran tagihan rekening listrik dan air PDAM di PT Nusa Mandiri. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 konsumen PT.Nusa Mandiri Kabupaten Berau. Alat Analisa yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisa Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa factor-faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu terhadap Service Quality yaitu Responsiveness, Empathy, Tangible. Sedangkan reability dan assurance tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Kepuasan Konsumen, Service Quality, Layanan Payment Point Online Bank (PPOB).

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Memberikan pelayanan yang unggul merupakan sebuah strategi yang sangat penting karena dapat

menghasilkan lebih banyak konsumen baru. Pelayanan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses. Perusahaan

yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan yang kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga murah, dan pelayanan yang baik kepada pelanggan dari para pesaing. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan penting dikelola perusahaan dengan baik.

Kualitas pelayanan sangat penting pada Industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan

Dalam hal ini perusahaan PT Nusa Mandiri yang bergerak dalam pengelolaan pembayaran Listrik (PLN), Air (PDAM), yang menggunakan sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) yang mulai beroperasi sejak Tahun 2008 dengan Surat Izin tempat usaha Nomor:503/BPPT/ITU/221/III/2015, dan Surat Izin Usaha Perdagangan Nomor:503/089/17-04/PK/II2014. guna menentukan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan *Payment Point Online Bank* (PPOB) pada PT Nusa Mandiri Kabupaten berau yang digunakan oleh

perusahaan tersebut sebagai dasar dalam penilaian kinerja perusahaan.

### **Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah “*Service quality* diduga menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap layanan *Payment Point Online Bank* (PPOB) PT Nusa Mandiri Kabupaten Berau, karena didalamnya terdapat *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangibles*,”.

### **KAJIAN PUSTAKA**

Konsep pemasaran digunakan dalam kegiatan pertukaran atau perdagangan. Pemasaran merupakan suatu aktifitas yang dapat menentukan keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan aktifitas pemasaran adalah untuk meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan cara memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk dan jasa yang akan memperoleh nilai dari proses pertukaran tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2007:266), pemasaran memegang peran penting dalam perusahaan, karena bagian pemasaran berhubungan langsung dengan konsumen serta lingkungan luar perusahaan lainnya. Asosiasi pemasaran amerika mendefinisikan

pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkonsumsikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham.

### Kajian Empiris

Siti Rizqi Nur Safrida (2015), melakukan penelitian faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada usaha emping garut bu sami di kabupaten bantul. Dengan hasil tujuan, Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa variabel citra merek dari usaha emping garut Bu Sami di Kabupaten Bantul, memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan variabel lain seperti pelayanan, harga, kualitas produk, dan promosi. Citra merek dari emping garut Bu Sami memiliki reputasi yang baik dimata konsumennya hal ini dapat dibuktikan dengan sudah terdaftarnya produk emping garut Bu Sami di departemen kesehatan yang semakin membuat konsumen yakin bahwa emping garut teruji aman untuk dikonsumsi.

Fachruzi Amir (2012), melakukan penelitian dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi dimakassar. dengan hasil tujuan Hasil analisis uji regresi yang menunjukkan bahwa faktor (kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dari hasil uji parsial ternyata kualitas produk,

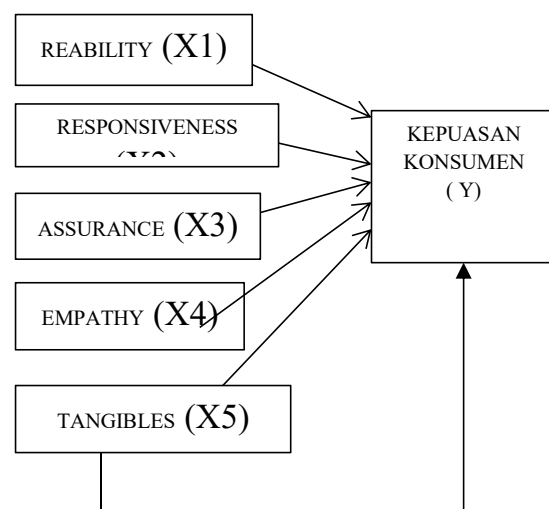
harga, promosi dan pelayanan dapatlah dikatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Cici Nopita (2013) pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen pada hotel sederhana di tanjung redeb, Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Berau. Dengan hasil nilai koefisien korelasi bersifat positif dimana peningkatan nilai kualitas pelayanan dan citra perusahaan akan diikuti dengan peningkatan nilai loyalitas konsumen pada hotel sederhana.

### Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 1 ( Kerangka Pikir

Penelitian )



Keterangan : kepuasan konsumen terhadap Layanan *Payment Point Online Bank* (PPOB) dipengaruhi oleh variabel harga kenyamanan dan pelayanan dimana untuk harga, kenyamanan dan pelayanan merupakan variabel bebas, sedangkan kepuasan konsumen merupakan variabel terikat.

**Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah dan dasar teori yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengemukakan hipotesis dari penelitian ini adalah :

Perumusan hipotesis

H1= terdapat pengaruh Reability (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

H2= terdapat pengaruh Responsiveness (X2) terhadap Kepuasan Konsumen(Y)

H3= terdapat pengaruh Assurance (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

H4= terdapat pengaruh Empathy (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

H5= terdapat pengaruh Tangibles (X5) terhadap (Y)

H6= terdapat pengaruh Reability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), dan Tangibles (X5) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Diduga bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Layanan *Payment Point Online Bank* (PPOB) PT Nusa Mandiri di Kabupaten Berau adalah responsiveness, empathy, dan tangible.

**METODE PENELITIAN**

Penilaian tinggi rendahnya kualitas jasa tergantung pada bagaimana pelanggan atau konsumen merasakan layanan yang diterimanya agar sesuai yang diharapkan, berikut 5 pokok *Service Quality* yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Nusa Mandiri

1. Kehandalan (*Reliability*) X1, berkaitan dengan kemampuan karyawan PT Nusa Mandiri untuk memberikan layanan yang

akurat sejak pertamakali konsumen datang untuk melakukan transaksi pembayaran tagihan rekening.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) X2, berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan PT Nusa Mandiri dalam membantu para konsumen dalam merespon mereka.
3. Jaminan (*Assurance*) X3, Sikap Karyawan PT Nusa Mandiri mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap PT Nusa Mandiri dan perusahaan mampu menciptakan rasa aman bagi konsumen.
4. Empati (*Empathy*) X4, baik perusahaan maupun karyawan PT Nusa Mandiri mampu memahami kebutuhan dan permasalahan konsumen, dan karyawan mampu memberikan perhatian secara personal kepada konsumen.

Bukti Fisik (*Tangibles*) X5, PT Nusa Mandiri mampu menciptakan daya tarik berupa fasilitas dan perlengkapan sarana baik didalam dan luar ruangan dan ditambah dengan penampilan karyawan yang rapi dan sopan.

**Unit Analisis, Populasi dan Sampel**

Penelitian ini dilakukan pada PT Nusa Mandiri yang beralamat di Jl.AKB Sanipah 1 No 69 RT 20, Kelurahan Bugis, Kecamatan Tanjung Redeb, Kabupaten Berau. penelitian ini difokuskan pada pengaruh kepuasan konsumen terhadap layanan *Payment Point Online Bank* PPOB PT Nusa Mandiri berdasarkan pada *Service Quality*. Unit Analisa pada PT Nusa Mandiri

adalah pada layanan PPOB dan populasinya adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap seperti contohnya ialah konsumen. Sample adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu jelas dan lengkap yang dianggap bias mewakili populasi, dengan kata lain sample pada PT Nusa Mandiri ialah 100 konsumen yang terpilih.

#### Jenis dan Sumber Data

Memperoleh gambaran yang jelas tentang masalah dan pemecahan masalah serta mempermudah pembahasan, maka data-data yang diperlukan untuk melengkapi tujuan penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Gambaran umum PT Nusa Mandiri
2. Struktur organisasi PT Nusa Mandiri
3. Data lain yang relevan dan berhubungan dengan penelitian ini

#### Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis

Dalam hal ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas kepuasan konsumen pada penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Layanan *Payment Point Online Bank* (PPOB)PT Nusa Mandiri menggunakan alat analisis regresi linier berganda, analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y), yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

Y =Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Reability

X<sub>2</sub> = Responsiveness

X<sub>3</sub> = Assurance

X<sub>4</sub> = Empathy

X<sub>5</sub> = Tangibles

Untuk menguji ada tidaknya pengaruh variable dimensi model *service quality* (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) terhadap Layanan *Payment Point Online Bank* (PPOB) PT Nusa Mandiri kabupaten Berau,

uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y)

1. Jika nilai sig < 0,05 , atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X dan variabel Y.

$$t \text{ tabel} = t ( \alpha / 2 ; n - k - 1 )$$

uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh stimultan (Bersama-sama) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y).

1. Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

$$F \text{ tabel} = F ( k ; n - k )$$

koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel(X) secara stimultan terhadap variabel(Y).

perumusan hipotesis

1. H1 = terdapat pengaruh reability X1 terhadap kepuasan konsumen Y
2. H2 = terdapat pengaruh responsiveness X2 terhadap kepuasan konsumen Y
3. H3 = terdapat pengaruh assurance X3 terhadap kepuasan konsumen Y
4. H4 = terdapat pengaruh empathy X4 terhadap kepuasan konsumen Y
5. H5 = terdapat pengaruh tangible X5 terhadap kepuasan konsumen Y
6. H6 = terdapat pengaruh reability X1, responsiveness X2, assurance X3, empathy X4, tangible X5 secara stimulant terhadap kepuasan konsumen Y.

Dengan tingkat kepercayaan 95%,  $\alpha = 0,05$

## HASIL PENELITIAN

### Gambaran Umum Perusahaan

PT Nusa Mandiri sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa pembayaran tagihan rekening yang menggunakan sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) pada tahun 2011. Untuk memperlancar proses tagihan pembayaran secara *online* ini PT Nusa Mandiri bekerja sama dengan PT Arindo Pratama, dimana menyediakan layanan jasa untuk pembayaran rekening listrik dan rekening air.

Melihat perkembangan penduduk kabupaten berau dan membuka usaha yang berbasis *Payment Point Online Bank* (PPOB) merupakan peluang usahan yang sangat menjanjikan.

Dalam terlaksana dan berjalannya perusahaan jasa PT Nusa Mandiri di kabupaten berau ini secara resmi dan legal, PT Nusa Mandiri memiliki izin sebagai berikut :

- Surat Izin tempat usaha Nomor : 503/BPPT/ITU/221/III/2015
- Surat Izin Usaha Perdagangan Nomor : 503/089/17-04/PK/II2014

PT Nusa Mandiri yang beralamat di Jl.AKB Sanipah 1 No 69 RT 20, Kelurahan Bugis, Kecamatan Tanjung Redeb ini harus siap bersaing dan memepertahankan konsumen. Oleh karena itu PT Nusa Mandiri selalu memberikan kepuasan pada pelanggan dan menjaga kualitas pelayanan dengan baik serta menciptakan hubungan yang baik pula antara karyawan dengan para konsumen. memberikan kepuasan pada pelanggan dan menjaga kualitas pelayanan dengan baik serta menciptakan hubungan yang baik pula antara karyawan dengan para konsumen.

Berikut ini ditampilkan rekapitulasi koefisien hasil penelitian dari 100 (seratus) orang responden mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap layanan PPOB pada PT Nusa Mandiri di Kabupaten Berau.(lampiran)

**Tabel 8 (Coefficients)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model             | Unstandardized Coefficients |            |       | Standardized Coefficients |      |
|-------------------|-----------------------------|------------|-------|---------------------------|------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta  | t                         | Sig. |
| 1 (Constant)      | .047                        | 1.059      |       | .045                      | .964 |
| Reliability X1    | -.047                       | .078       | -.051 | -.608                     | .545 |
| Responsiveness X2 | .375                        | .090       | .357  | 4.177                     | .000 |
| Assurance X3      | -.012                       | .088       | -.012 | -.137                     | .892 |
| Empathy X4        | .291                        | .098       | .239  | 2.959                     | .004 |
| Tangible X5       | .395                        | .107       | .389  | 3.695                     | .000 |

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis model dan pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil uji statistik kualitas pelayanan *Payment Point Online Bank* (PPOB) pada PT Nusa Mandiri di Kab Berau menentukan diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan. model yang digunakan dalame penelitian ini adalah regresi linier berganda, model ini digunakan untuk menguji variabel kualitas pelayanan *service quality* (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) baik secara serentak / simultan maupun secara individual / parsial. Hasil perhitungan analisi regresi linier berganda ini dengan menggunakan bantuan program SPSS Statistic Versi 24. Disajikan pada table 9 berikut:

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

| Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1 (Constant)      | .047                        | 1.059      |                           |
| Reliability X1    | -.047                       | .078       | -.051                     |
| Responsiveness X2 | .375                        | .090       | .357                      |
| Assurance X3      | -.012                       | .088       | -.012                     |
| Empathy X4        | .291                        | .098       | .239                      |
| Tangible X5       | .395                        | .107       | .389                      |

Sumber : data primer hasil analisis SPSS Statistik

Dari tabel diatas menunjukan hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :  $Y = 0,047 + -0,047X_1 + 0,375X_2 + -0,012X_3 + 0,291X_4 + 0,395X_5$ . model tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Jika variabel *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*,

*tangible* = 0, maka kepuasan konsumen diperkirakan akan mengalami kenaikan 1,059.

Nilai *reability*  $X_1 = -0,047$  berpengaruh negatif artinya, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible* dianggap tetap dan masih rendahnya kualitas *reability* yang diberikan oleh PT Nusa Mandiri Kab Berau maka tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Nilai *responsiveness*  $X_2 = 0,375$  berpengaruh positif artinya, *reability*, *assurance*, *empathy*, *tangible* dianggap tetap dan tingginya kualitas *responsiveness* yang diberikan oleh PT Nusa Mandiri Kab Berau maka mempengaruhi kepuasan konsumen.

Nilai *assurance*  $X_3 = -0,012$  berpengaruh negative artinya, *reability*, *responsiveness*, *empathy*, *tangible* dianggap tetap dan masih rendahnya kulitas *assurance* yang diberikan oleh PT Nusa Mandiri Kab Berau maka tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Nilai  $X_4$  *empathy* = 0,291 berpengaruh positif artinya, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *tangible* dianggap tetap dan tingginya kualitas *empathy* yang diberikan oleh PT Nusa Mandiri Kab Berau maka mempengaruhi kepuasan konsumen.

Nilai  $X_5$  *tangible* = 0,395 berpengaruh positif artinya, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dianggap tetap dan tingginya kualitas *tangible* yang diberikan oleh PT Nusa Mandiri Kab Berau maka mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dari uraian model regresi linier berganda diatas menunjukan bahwa *responsiveness*, *empathy*, *tangible* memiliki nilai positif pastinya terjadi tingkat kepuasan

konsumen yang disebabkan oleh variabel bebas dimana yang paling berpengaruh adalah variabel *tangible* dengan koefisien 0,395, diikuti oleh *responsiveness* dengan koefisien 0,375, selanjutnya *empathy* dengan koefisien 0,291. Sementara *reability* dan *assurance* berpengaruh negatif artinya tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri / parsial variabel *independent* (*reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Signifikan pengaruh positif dapat diestimasi dengan membandingkan P Value dan 95% (0,05) atau nilai t tabel dan t hitung. Berikut ini perhitungan koefisien statistik uji t dapat dilihat pada tabel 10 berikut:

**Tabel 10**  
**Pengujian Secara Parsial uji t (Coefficients)**

| Model             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t hitung | Sig. P value |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|----------|--------------|
|                   | B                           | Std. Error | Beta                      |          |              |
| 1 (Constant)      | 0,047                       | 1,059      |                           | 0,045    | 0,964        |
| Reability X1      | -0,047                      | 0,078      | -0,051                    | -0,608   | 0,545        |
| Responsiveness X2 | 0,375                       | 0,090      | 0,357                     | 4,177    | 0,000        |
| Assurance X3      | -0,012                      | 0,088      | -0,012                    | -0,137   | 0,892        |
| Empathy X4        | 0,291                       | 0,098      | 0,239                     | 2,959    | 0,004        |
| Tangible X5       | 0,395                       | 0,107      | 0,389                     | 3,695    | 0,000        |

Sumber: data primer hasil analisis SPSS Statistik

- Pengujian hipotesis *reability* X1  
Diketahui nilai sig untuk pengaruh *reability* X1 terhadap kepuasan konsumen Y adalah sebesar 0,545 > 0,05 dan nilai t hitung -0,608 < 1,665 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis X1 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh *reability* X1 terhadap kepuasan konsumen Y.
- Pengujian hipotesis *responsiveness* X2  
Diketahui nilai sig untuk pengaruh *responsiveness* X2

terhadap kepuasan konsumen Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung 4,177 > 1,665 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis *responsiveness* X2 diterima, yang berarti terdapat pengaruh *responsiveness* X2 terhadap kepuasan konsumen Y.

- Pengaruh hipotesis *assurance* X3  
Diketahui nilai sig untuk pengaruh *assurance* X3 terhadap kepuasan konsumen Y adalah sebesar 0,892 > 0,05 dan nilai t hitung -0,137 < 1,665 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis X3 ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh *assurance* X3 terhadap kepuasan konsumen Y.
- Pengaruh hipotesis *empathy* X4  
Diketahui nilai sig untuk pengaruh *empathy* X4 terhadap kepuasan konsumen Y adalah sebesar 0,004 < 0,05 dan nilai t hitung 2,959 > 1,665 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis *empathy* X4 diterima, yang berarti terdapat pengaruh *empathy* X4 terhadap kepuasan konsumen Y.
- Pengaruh hipotesis *tangible* X5  
Diketahui nilai sig untuk pengaruh *tangible* X5 terhadap kepuasan konsumen Y adalah sebesar 0,00 < 0,05 dan nilai t hitung 3,695 > 1,665 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis *tangible* X5 diterima, yang berarti terdapat pengaruh *tangible* X5 terhadap kepuasan konsumen Y.



Pengujian hipotesis dengan uji F digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama / simultan pengaruh variabel *independent* (*reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Signifikan pengaruh positif dapat diestimasi dengan membandingkan P value dan  $\alpha = 0,05$  atau nilai F tabel dan F hitung. Berikut ini perhitungan statistik ANOVA uji F dapat dilihat pada table 11 berikut :

Tabel 11  
Hasil uji F (ANOVA)

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 217,154        | 5  | 43,431      | 32,861 | ,000 <sup>a</sup> |
| Residual     | 124,236        | 94 | 1,322       |        |                   |
| Total        | 341,390        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: KepuasanKonsumen

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh *service quality* (*reability* X1, *responsiveness* X2, *assurance* X3, *empathy* X4, *tangible* X5) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $32,861 >$  dari F tabel 2,31. sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh (*reability* X1, *responsiveness* X2, *assurance* X3, *empathy* X4, *tangible* X5) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan seluruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. berikut ini dijelaskan hasil pengujian determinasi R pada model *summary* pada tabel 12 berikut :

Tabel 12  
Pengujian Interpretasi Koefisien Determinasi (Model Summary)

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,798 <sup>a</sup> | 0,636    | 0,617             | 1,14963                    |

a. Predictors: (Constant), Tangible X5, Empathy X4, Responsiveness X2, Reability X1, Assurance X3

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,636, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel *service quality* (*reability* X1, *responsiveness* X2, *assurance* X3, *empathy* X4, *tangible* X5) secara bersama-sama / simultan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 63,6 %.

## Pembahasan

### 1. Kualitas pelayanan ( *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT Nusa Mandiri Kab Berau

Hasil temuan dari penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan di PT Nusa Mandiri Kab Berau sudah dapat dilaksanakan dengan baik dan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, dimana *responsiveness* ini memiliki pengaruh signifikan sebesar ( t hitung = 4,177) yang lebih besar dibandingkan dengan bagian yang lainnya yang dijadikan sebagai strategi dalam penelitian ini, *tangible* dengan nilai signifikan sebesar ( t hitung = 3,695), signifikan *empathy* sebesar ( t hitung = 2,959), dan yang tidak berpengaruh *reability* sebesar ( t hitung = -0,608), dan *assurance* ( t hitung = -0,137). Ini terlihat jelas bahwa *responsiveness*, *empathy*, dan *tangible* memiliki pengaruh lebih baik terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan *reability* dan *assurance*.

Dari hasil analisis yang lebih jauh berdasarkan pendapat beberapa konsumen PT Nusa Mandiri mengemukakan bahwa masih ada beberapa hal yang masih perlu

diperbaiki antara lain yakni adanya antrian panjang saat hari-hari tertentu apalagi mendekati tanggal 20 setiap bulannya dan juga dikarenakan loket pembayaran hanya menggunakan 2 loket administrasi pembayaran. Beberapa konsumen juga menambahkan mengenai area lahan parkir yang tidak cukup lebar sehingga sebagian konsumen memarkirkan kendaraannya dipinggir jalan. Selain itu konsumen juga menambahkan beberapa permasalahan yang lain seperti adanya gangguan internet, gangguan tersebut jelas menghambat proses transaksi pembayaran tagihan rekening (listrik dan air). Dari gangguan tersebut otomatis membuat konsumen menunggu dan ada juga konsumen yang kembali atau mencari tempat pembayaran yang lain.

Permasalahan-permasalahan diatas dapat menjadi penghambat penerapan program kualitas pelayanan yang baik, sehingga PT Nusa Mandiri Kab Berau perlu membenahi segala kekurangannya tersebut demi terwujudnya kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan PT Nusa Mandiri Kab Berau.

## **2. Kualitas pelayanan (reability, responsiveness, assurance, empathy, tangible) secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT Nusa Mandiri Kab Berau**

Dari hasil analisis diketahui bahwa pengaruh penerapan *service quality* (*reability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan

konsumen sebesar 32,861, hal ini lebih diperjelas bahwa variable kualitas pelayanan tersebut memiliki tingkat hubungan sebesar 0,798 terhadap kepuasan konsumen. Dari tingkat hubungan tersebut didapat bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,636 atau 63,6 %.

Upaya selanjutnya dilaksanakan oleh pada PT Nusa Mandiri Kab Berau dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam rangka mewujudkan visi dan misi perusahaan tersebut diharapkan agar tidak hanya menggunakan dan menjalankan strategi penerapan kualitas pelayanan saja tetapi harus mencakup seluruh komponen yang berkaitan dengan pemasaran, promosi maupun iklan dan mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen. Sehingga laju pertumbuhan PT Nusa Mandiri Kab Berau akan semakin cepat dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sejenis.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisa kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Nusa Mandiri Kab Berau dan untuk mengetahui bagaimana variabel independent tersebut berpengaruh. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa

kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa hanya tiga variabel independen yaitu *responsiveness*, *empathy*, *tangible* mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen, Artinya menurut konsumen variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan melayani nasabah di loket PT Nusa Mandiri Kab Berau. Dan *reability* dan *assurance* berpengaruh negatif artinya menurut konsumen, variabel tersebut perlu ditingkatkan karena tidak berdampak dalam memenuhi kepuasan konsumen, jika belum ditingkatkan maka kualitas *reability* dan *assurance* yang diberikan kepada nasabah tidak berpengaruh.
2. Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen di PT Nusa Mandiri Kab Berau.
3. Hasil pengujian regresi berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistik menunjukkan bahwa variabel independen, *Responsiveness*, *Emphaty* dan *tangible* berpengaruh positif terhadap factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sementara untuk variabel *reability* dan *assurance* berpengaruh *negative*.

4. Hasil pengujian determinasi R memiliki tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu sebesar 0,798 dan determinasi R<sup>2</sup> menilai bahwa seberapa besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat dari pengujian penelitian variabel bebas mempengaruhi terhadap variabel terikat sebesar 0,636 atau sekitar 63,6 %.

### SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Upaya selanjutnya yang dapat dilaksanakan oleh PT Nusa Mandiri Kab Berau dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam rangka mewujudkan visi dan misi perusahaan tersebut diharapkan agar tidak hanya menggunakan dan menjalankan strategi penerepan kualitas pelayanan saja tetapi harus mencakup seluruh komponen yang berkaitan dengan pemasaran dan mempunyai hubungan dengan kepuasan nasabah. Sehingga laju pertumbuhan dan pendapatan pada PT Nusa Mandiri Kab Berau akan semakin cepat dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sejenis.
2. Perlu ditingkatkan pelayanan *reability* dan *assurance* di PT Nusa Mandiri Kab Berau.

### DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofyan 2008. *Manajemen Produksi dan Operasional*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Cici Nopita 2013. pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen pada hotel sederhana di tanjung redeb
- Fachruzi Amir 2012. faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi dimakassar
- Fandy Tjiptono 2006. *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*, Seri 9. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Kotler dan Keller 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I edisi ke 13 Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin lane Keller. 2007. (terjemahan) Oleh Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1. PT. Indeks.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2 Edisi 12 PT. Indeks .New Jersey.
- Kuswadi. 2004. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Lovelock-Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyantoro, Cetakan kedua, Jakarta : PT.Indeks.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta, Salembat Empat.
- Siti Rizqi Nur Safrida 2015. faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen pada usaha emping garut bu sami dikabupaten Bantul