

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PLAZA AMANDA JAYA KOTA GORONTALO

Megawati <sup>1)</sup>, Mahludin Baruwadi <sup>2)</sup>, Amelia Murtisari <sup>2)</sup>

1) Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo

2) Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Gorontalo

### ABSTRACT

*This research aims at investigating the influence of service quality towards consumer satisfaction in Amanda Jaya Plaza of Gorontalo City. It applies descriptive quantitative approach through simple regression and correlation test. Data are analyzed by applying SPSS 21 program. Data of this research are primary in which they are in form of questionnaire.*

*Based on finding, it obtains formula of regression of  $Y = 11,350 + 0,333X$  which means that quality of service in Amanda Jaya Plaza of Gorontalo City has positive influence to customer satisfaction. Both variables show close and positive relation shown by correlation coefficient that is 0,697. Therefore, coefficient of determination ( $R^2$ ) = 0,485. Fluctuation of consumer satisfaction derives from service quality that is 79,2%, meanwhile remaining 20,8% is influenced by variable which is not explained in this research. Therefore, hypothesis of service quality influences consumer satisfaction in Amanda Jaya Plaza is proved and accepted.*

**Keywords:** Service Quality, Consumer Satisfaction

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada plaza Amanda jaya Kota Gorontalo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif melalui uji regresi dan uji korelasi sederhana. Analisis data menggunakan bantuan program SPSS 21. Adapun data dalam penelitian berupa data primer dengan menyebar angket.

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi  $Y = 11,350 + 0,333X$  berarti bahwa kualitas layanan pada plaza Amanda jaya Kota Gorontalo berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kedua variabel juga menunjukkan hubungan yang erat dan positif yang ditunjukkan oleh koefisien korelasi sebesar 0,697, sehingga koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,485. Artinya variasi naik turunnya kepuasan konsumen disumbangkan oleh kualitas layanan sebesar 79,2% sedangkan 20,8% di pengaruhi oleh variabel yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan diduga kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan konsumen pada Plaza Amanda Jaya terbukti dan dapat di terima.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, Kepuasan konsumen

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik baiknya kenyataan ini bisa dilihat, total konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total konsumen yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000: 50). Dari sudut pandang perkayasa di bidang penjualan sangat berpengaruh terhadap keinginan konsumen, konsep ini dikembangkan untuk memenuhi tujuan menyediakan informasi tentang kinerja perusahaan secara luas. Sementara itu, pemakai informasi mempunyai tujuan yang berbeda beda. Teori dalam yang dapat di pakai dalam

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan menurut J. Supranto (2006:226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan (Ratminto, 2005:2).

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Berry dan Zenthaml yang dalam Lupiyoadi (2006: 181) berpendapat bahwa "Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan oleh

meningkatkan kepuasan konsumen meliputi dua pendekatan: satu laba untuk berbagai tujuan atau beda tujuan beda laba. Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang perdagangan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya adalah kualitas pelayanan pada Plaza Amanda Jaya itu sendiri dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Plaza Amanda Jaya yang merupakan salah satu tempat pembelanjaan yang sudah terkenal di kota Gorontalo. Ini terbukti dengan banyaknya pengunjung yang datang baik dari kalangan anak-anak, mahasiswa maupun masyarakat umum. Plaza Amanda Jaya memiliki wilayah yang strategis yaitu yang berhadapan langsung dengan kampus Universitas Negeri Gorontalo sehingga kebanyakan konsumennya adalah para mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo.

Parasuraman". Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Service Quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri. Pelayanan konsumen ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa konsumen, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan konsumen.

## 2. Kepuasan Konsumen

Oliver 1980 (dalam Saprinto 1997: 23) mengatakan kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Untuk menciptakan kepuasan konsumen perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumennya. Dalam menyelenggarakan layanan, baik kepada konsumen internal maupun eksternal, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama, yaitu kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*). Yang melayani tidak mengetahui apakah konsumen yang kita layani puas atau tidak karena yang dapat merasakan kepuasan dari suatu layanan hanyalah konsumen yang bersangkutan.

### a. Mengukur kinerja

Pengukuran kinerja dimaksudkan untuk dapat mengkuantifikasikan bagaimana baik atau jelek suatu sistem sedang berjalan atau beroperasi. Ukuran-ukuran kinerja harus didefinisikan dan dievaluasi dalam konteks kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Dengan kata lain, setiap ukuran kinerja yang dipergunakan harus mengacu pada kebutuhan dan ekspektasi konsumen. Pada dasarnya pengukuran kinerja dapat dilakukan pada tiga tingkat, yaitu : proses, produk, dan outcome. Ukuran-ukuran produk mendefinisikan features spesifik, nilai-nilai dan atribut dari setiap produk yang dapat diuji dari dua sisi. Sisi pertama berkaitan dengan karakteristik produk yang

diinginkan oleh konsumen (kebutuhan dan ekspektasi konsumen) dan sisi kedua merupakan karakteristik produk yang secara aktual yang diserahkan oleh proses.

### b. Memahami mengapa suatu masalah dalam konten proses terjadi

Ketiadaan menimbulkan kesulitan untuk memahami mengapa suatu sistem berjalan seperti itu, sehingga kinerjanya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Masalah adalah deviasi atau penyimpangan yang terjadi antara kinerja yang diharapkan (target) dan kinerja aktual (hasil aktual).

### c. Mengembangkan dan menguji ide-ide

Empat langkah diatas membangun kerangka dasar untuk memahami dimensi kritis dari proses dengan jalan mengidentifikasi proses kunci, mengukur bagaimana baik atau jelek proses beroperasi dan memahami mengapa proses itu beroperasi dengan caranya sendiri sehingga menimbulkan masalah. Ide-ide untuk peningkatan proses harus ditujukan langsung pada akar penyebab masalah. Agar ide-ide yang dipilih untuk peningkatan proses menjadi efektif, ide-ide tersebut harus diuji terlebih dahulu sebelum diimplementasikan. Eksperimentasi dari ide-ide tersebut dapat membantu menghindari kegagalan pada saat ide-ide tersebut diimplementasikan dalam proses

### d. Implementasi solusi dan evaluasi

Langkah ini dimulai dengan perencanaan dan implementasi peningkatan-peningkatan yang diuji dan diidentifikasi. Kemudian mengukur dan mengevaluasi efektifitas dari proses yang diperbaiki.

## 3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian Hellier menyatakan bahwa kualitas layanan hanya memiliki sedikit pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh powpaka dalam Hillier bahwa standar tinggi kualitas layanan merupakan hal yang penting tapi tidak cukup untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Hal yang berbeda disampaikan oleh peneliti lain misalnya bahwa kualitas jasa harus

dimulai dari kebutuhankonsumen dan berakhir dengan kepuasan konsumen serta persepsi positif terhadap kualitas jasa (Tjiptono, 2005: 27-28) . parasuramanmenyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari persepsi pembeli mengenai kualitas pelayanan.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan secara luas didokumentasikan dalam literatur terutama pemasaran, hubungan tersebut secara teoritis maupun empiris adalah positif

**METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo. Penelitian ini di mulai dari bulan Januari-Februari 2016. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian survei. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sehingga dapat melihat masalah yang cukup diteliti pada masing-masing variabel,yakni variabel X (independen) yaitu kualitas layanan pada Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo serta variabel Y (dependen) yaitu kepuasan konsumen pada Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo. Penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*.

Berdasarkan jumlah konsumen pada Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo berjumlah 86 orang, maka untuk menentukan jumlah sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada Rumus Slovin, dimana ukuran berdasarkan presisi (tingkat kesalahan) 10 % (0,1) diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

$$n = \frac{86}{86 (0,1)^2 + 1}$$

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Uji Validitas

a. Variabel kualitas layanan

Semua pernyataan telah memiliki nilai rhitung lebih besar dari r<sub>tabel</sub> 0,246 sehingga dikatakan memenuhi uji validitas dan dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian (pengujian hipotesis).

seperti yang telah diteliti oleh Sonderlund secara teoritis ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui pengharapanatau ekspetasi konsumen maka konsumen tersebut merasa puas ( Andreaseen dan Lindestad, dan Parasuraman et aL, 2005: 140).Secara empiris banyak penelitian dengan latar belakang sampel yang berbeda-beda telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan bersifat positif.

$$n = \frac{86}{0,86 + 1}$$

$$n = \frac{86}{1,86}$$

$$n = 46,23 = 46$$

Teknik Analisis data meliputi Analisis deskriptif yang menerangkan atau menceritakan tentang keadaan lokasi dari segi kualitas layanan dan kepuasan konsumen yang ada di Plaza Amanda Jaya yang ada di Kota Gororntalo. Instrument diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan program SPSS 21.

Pengujian signifikansi dilakukan dengan membandingkan F<sub>hitung</sub> dengan F<sub>tabel</sub> dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Dimana:

R<sup>2</sup> = nilai korelasi

n = jumlah responden

m = jumlah variabel bebas

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Pernyataan	r <sub>Hitung</sub>	r <sub>Tabel</sub> (n = 46)	Ket.
Layanan-1	0,609		Valid
Layanan-2	0,494	df= n -k	Valid
Layanan-3	0,541	(46-2 = 44)	Valid
Layanan-4	0,578	<b>0,246</b>	Valid
Layanan-5	0,644		Valid

Pernyataan	r <sub>Hitung</sub>	r <sub>Tabel</sub> (n = 46)	Ket.
Layanan-6	0,525		Valid
Layanan-7	0,592		Valid
Layanan-8	0,629		Valid
Layanan-9	0,545		Valid
Layanan-10	0,542		Valid
Layanan-11	0,410		Valid
Layanan-12	0,622	df=n-k	Valid
Layanan-13	0,684	(46-2=44)	Valid
Layanan-14	0,597	<b>0,246</b>	Valid
Layanan-15	0,543		Valid
Layanan-16	0,527		Valid
Layanan-17	0,659		Valid
Layanan-18	0,593		Valid
Layanan-19	0,777		Valid
Layanan-20	0,675		Valid

Sumber: Data olahan, 2016

b. Variabel kepuasan konsumen

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen**

Pernyataan	r <sub>Hitung</sub>	r <sub>Tabel</sub> (n=46)	Ket.
Kepuasan-1	0,707		Valid
Kepuasan-2	0,584		Valid
Kepuasan-3	0,674		Valid
Kepuasan-4	0,384		Valid
Kepuasan-5	0,479	df=n-k	Valid
Kepuasan-6	0,531	(46-2=44)	Valid
Kepuasan-7	0,636	0,246	Valid
Kepuasan-8	0,551		Valid
Kepuasan-9	0,474		Valid
Kepuasan-10	0,599		Valid

Sumber: Data olahan, 2016

Pernyataan dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,246. Semua pernyataan telah memiliki nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,246 sehingga instrument dikatakan valid dan dapat digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Keputusan instrument reliable didasarkan pada nilai alpha Cronbach, dimana jika nilai Alpha melebihi atau sama dengan 0,6 maka pernyataan variabel tersebut reliabel dan sebaliknya (Ghozali, 2005).

a. Variabel kualitas pelayanan

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Variabel	Koefisien Realibiliti	Angka Acuan	Ket.
Kualitas layanan	0,900	0,6	Reliabel

Sumber: Data olahan, 2016

Alpha cronbach sebagaimana yang disajikan pada Tabel 4 di atas nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,900 untuk variabel Kualitas layanan. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari nilai patokan yang telah ditentukan yaitu 0.6. Instrumen pernyataan variabel kualitas layanan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

b. Variabel kualitas pelayanan

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen**

Variabel	Koefisien Realibilit	Angka Acuan	Ket.
Kepuasan Konsumen	0,756	0,6	Reliabel

Sumber: Data olahan, 2016

Hasil analisis dengan menggunakan teknik alpha cronbach sebagaimana yang disajikan pada tabel 5 di atas nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,756 untuk variabel Kepuasan pelanggan. Nilai koefisien *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari nilai patokan yang telah ditentukan yaitu 0.6.

## 3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) kriteria interpretasi skor berdasarkan jawaban responden dapat ditentukan dengan skor maksimum setiap kuesioner adalah 5 dan skor minimum adalah 1 maka dapat diketahui rentang skala adalah dengan mengalikan skor tertinggi dengan jumlah responden dan mengalikan skor terendah dengan jumlah responden. Diketahui responden dalam penelitian ini sebanyak 46 orang dengan nilai

skor tertinggi 5 dan skor terendah 1 sehingga perhitungan rentang skalanya yakni skor tertinggi =  $5 \times 46 = 230$  dan skor terendah =  $1 \times 46 = 46$  sehingga rentang skala  $230 - 46/5 = 36,8$ . Sehingga

berdasarkan rentang skala tersebut dibuat penilaian (mengacu pada Narimawati, 2007: 85) sebagaimana terlihat pada Tabel 6 berikut:

**Tabel 6. Interpretasi Skor**

No.	Skor Aktual Penelitian	Persentase Skor	Kriteria
1	Skor Aktual 46 – 82,8	20% - 36%	Sangat Rendah
2	Skor Aktual 82,81 – 119,6	36,01% - 52%	Rendah
3	Skor Aktual 119,61 – 156,4	52,01% - 68%	Cukup
4	Skor Aktual 156,41 – 193,2	68,01% - 84%	Tinggi
5	Skor Aktual 193,21 – 230	84,01% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Data olahan, 2016

a. Variabel kualitas pelayanan

**Tabel 7. Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Layanan**

Indikator	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kriteria
<b>Realibility (kehandalan)</b>	1	185	230	80,4	Baik
	2	186	230	80,9	Baik
	3	191	230	83,0	Baik
	4	175	230	76,1	Baik
	<b>Total indikator</b>	<b>737</b>	<b>920</b>	<b>80,1</b>	<b>Baik</b>
<b>Responseveness (ketanggapan)</b>	5	178	230	77,4	Baik
	6	175	230	76,1	Baik
	7	166	230	72,2	Baik
	8	175	230	76,1	Baik
<b>Total Indikator</b>	<b>694</b>	<b>920</b>	<b>75,4</b>	<b>Baik</b>	
<b>Assurance (Jaminan)</b>	9	178	230	77,4	Baik
	10	183	230	79,6	Baik
	11	201	230	87,4	Baik
	12	199	230	86,5	Baik
<b>Total Indikator</b>	<b>761</b>	<b>920</b>	<b>82,7</b>	<b>Baik</b>	
<b>Empahty (Empati)</b>	13	187	230	81,3	Baik
	14	169	230	73,5	Baik
	15	176	230	76,5	Baik
	16	182	230	79,1	Baik
<b>Total Indikator</b>	<b>714</b>	<b>920</b>	<b>77,6</b>	<b>Baik</b>	
<b>Tangible</b>	17	192	230	83,5	Baik
	18	179	230	77,8	Baik
	19	183	230	79,6	Baik

Indikator	Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kriteria
(Bukti Fisik)	20	185	230	80,4	Baik
<b>Total Indikator</b>		<b>739</b>	<b>920</b>	<b>80,3</b>	<b>Baik</b>
<b>T_Variabel</b>		<b>3645</b>	<b>4600</b>	<b>79,2</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data olahan, 2016

Berdasarkan hasil pada tabel 7 terlihat bahwa secara keseluruhan persentase skor capaian untuk variabel kualitas layanan terletak pada kriteria yang baik dengan skor sebesar 79,2%. Hal ini menginterpretasikan bahwa para responden merasakan bahwa Toko Plaza Amanda

Jaya Kota Gorontalo mampu untuk memaksimalkan pelayanan kepada pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan dalam pembelian ulang pada Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo.

b. Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 8. Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

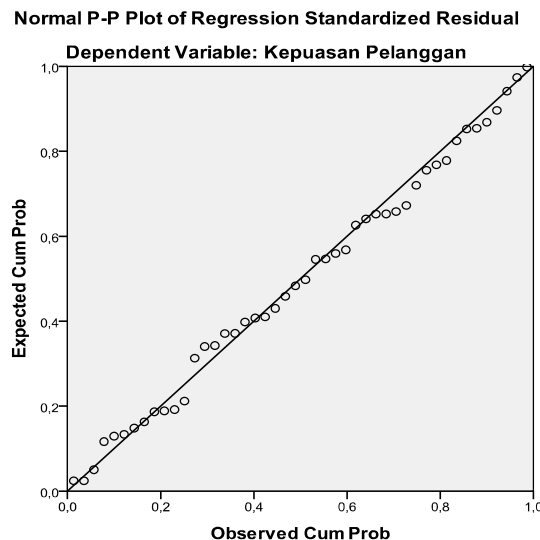
Pernyataan	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kriteria
1	184	230	80,0	Baik
2	173	230	75,2	Baik
3	186	230	80,9	Baik
4	180	230	78,3	Baik
5	160	230	69,6	Baik
6	195	230	84,8	Baik
7	188	230	81,7	Baik
8	185	230	80,4	Baik
9	170	230	73,9	Baik
10	204	230	88,7	Baik
<b>T_Variabel</b>	<b>1825</b>	<b>2300</b>	<b>79,3</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data olahan, 2016

Secara keseluruhan persentase skor capaian untuk variabel kepuasan pelanggan Toko

Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo adalah sebesar 79,3%.

4. Pengujian Normalitas Data



Gambar 1. Grafik Hasil Pengujian Normal Probability Plot

Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan mengikuti dasar pengambilan keputusan di atas, maka disimpulkan bahwa data dalam model regresi ini memenuhi asumsi normalitas data. Dapat pula dilihat bahwa terdapat beberapa titik distribusi data yang agak melenceng, sehingga perlunya dilakukan pengujian Kolmogorov Smirnov.

Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian normalitas yang dilakukan pada residual pengujian regresi (Santoso, 2012: 230). Dalam rangka mengetahui normal tidaknya distribusi variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S test). Jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari nilai alpha (0,05), maka data mengikuti distribusi normal. Hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov dapat dilihat pada Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Hasil Pengujian Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan	Unstandardized Residual
N		46	46	46
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	59,8304	31,2864	,0000000
	Std. Deviation	10,89274	5,20994	3,73747759
Most Extreme Differences	Absolute	,061	,107	,065
	Positive	,061	,087	,065
	Negative	-,054	-,107	-,056
Kolmogorov-Smirnov Z		,413	,724	,439
Asymp. Sig. (2-tailed)		,996	,671	,990

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

5. Analisis Regresi

a. Pengujian Keberartian Model Regresi

Tabel 10. Pengujian Keberartian Model Regresi

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	592,863	1	592,863	41,499	,000 <sup>b</sup>
	Residual	628,593	44	14,286		
	Total	1221,456	45			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Berdasarkan Tabel 10 di atas, maka diperoleh hasil pengujian keberartian regresi sebagaimana diperoleh Fhitung = 41,499 sedangkan Fdaftar (0.95)(1,46) = 4,06. Karena Fhitung lebih besar dari Fdaftar (41,499 > 4,06), maka Ho ditolak dan diterima Ha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi dalam penelitian ini merupakan regresi yang telah memenuhi uji kebaikan model (*Goodness Of Fit*).

b. Pengujian Hipotesis

Dalam perhitungan persamaan regresi, digunakan suatu persamaan umum yaitu:

$$= a + bX$$

Dimana:

$$a = \frac{(\sum Yi)(\sum Xi^2) - (\sum Xi)(\sum XiYi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$



$$b = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2} = \frac{2.787.563}{245.609}$$

$$= 11,350$$

Dari hasil perhitungan sebelumnya diperoleh:

$$X = 2.752,20$$

$$X^2 = 170.004,61$$

$$XY = 87.885,65 \quad Y = 1.439,18$$

$$Y^2 = 46.248,09 \quad n = 46$$

Dengan demikian dapat dihitung:

$$a = \frac{(\sum Yi)(\sum Xi^2) - (\sum Xi)(\sum XiYi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}$$

$$= \frac{244.666,42 - 241.878,89}{7.820.212 - 7.574.603}$$

$$b = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2} = \frac{(46)(87.885,65) - (2.752,20)(1.439,18)}{46 (170.004,61) - (2.752,20)^2}$$

$$= \frac{4.042.740 - 3.960.898}{7.820.212 - 7.574.603}$$

$$= \frac{81.842}{245.609}$$

$$= 0,333$$

**Tabel 11. Hasil Pengujian Hipotesis**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,350	3,145		3,609	,001
	Kualitas Layanan	,333	,052	,697	6,442	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis di atas, model regresi linear sederhana yang bangun adalah: = **11,350 + 0,333X**

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai t-hitung untuk variabel kualitas layanan diperoleh sebesar 6,442. Hal ini dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Untuk kepentingan pengujian ini ditetapkan pasangan hipotesis statistik sebagai berikut :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

Terima Ho, jika  $— t1 - 1/2a)$  dengan taraf nyata  $a=0,01$  atau  $a=0.05$  dan  $dk=n-2$  berdasarkan harga r dan  $r^2$  diatas dapat dihitung :Sedangkan nilai  $t_{\text{tabel}}$  pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas  $n-k-1 =461-1= 44$  sebesar 2,015 (Pengujian ini sifatnya dua arah, sebab proposisi

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = \frac{0,697 \sqrt{46-2}}{\sqrt{1-0,485}} = \frac{0,697 \sqrt{44}}{\sqrt{0,515}} = \frac{0,697 \times 6,633}{0,717}$$

$$= \frac{4,621}{0,717}$$

$$t = 6,442$$

c. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang besarnya berkisar antara 0%-100%. Dalam pengujian ini digunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{n \{ \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2 \} \{ n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2 \}}}$$

$$= \frac{4(87.885) - (2.752)(10.439,18)}{\sqrt{4(170.004) - (2.752)^2 \{ 4(46.248,09) - (10.439,18)^2 \}}}$$

$$\frac{4.042.740 - 28.960.898}{\sqrt{(7.820.212 - 27.574.608) \{ 4(127.412 - 22.071.225) \}}}$$

$$= \frac{81.842}{\sqrt{(245.609)(56.187)}}$$

$$= \frac{81.842}{\sqrt{13.800.028446}}$$

$$= \frac{81.842}{117.474}$$

$$r = 0,697$$

$$r^2 = 0,697^2 \text{ yakni sebesar } 0,485 \text{ atau } 48,5\%$$

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,697 <sup>a</sup>	,485	,474	3,77971

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Nilai R tersebut apabila dikuadratkan maka akan didapatkan nilai R Square atau disebut dengan koefisien determinasi. Hasil koefisien

determinasi pada tabel di atas menunjukkan besarnya koefisien determinasi atau angka R Square (R Kuadrat) adalah sebesar 0,485 (0,697<sup>2</sup>). Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 48,5% variabilitas kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo, sedangkan sisanya sebesar 51,5% (100%-48,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi sebesar 48,5%. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 48,5% variabilitas kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo, sedangkan sisanya sebesar 51,5% (100%-48,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian analisis jawaban responden, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan terletak pada kriteria yang baik dengan skor sebesar 79,2%.

Hal ini menginterpretasikan bahwa para responden merasakan bahwa Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo mampu untuk memaksimalkan pelayanan kepada pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan dalam pembelian ulang pada Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo. Kemudian untuk variabel kepuasan pelanggan Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo adalah sebesar 79,3%. Artinya, dalam hal kepuasan pelanggan, para pelanggan merasa puas untuk berbelanja pada Toko Amanda Jaya, sebab pada toko tersebut para karyawan telah mampu untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.

**SARAN**

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran yakni:

1. Bagi pihak manajemen Toko Plaza Amanda Jaya Kota Gorontalo khususnya pimpinan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memberikan motivasi kepada para karyawan dalam hal pelayanan. Langkah konkrit yang perlu diperhatikan juga yang kesigapan dari karyawan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan. Karyawan dapat memberikan

respon yang cepat kepada para pelanggan terutama mengenai harga yang tidak tertera pada barang ataupun harga yang sudah tidak sesuai lagi (ada harga baru atas produk yang sama).

2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan mengembangkan dan menambahkan variabel lain sebab dalam penelitian ini besar pengaruh hanya sebesar 48,5%. Variabel yang perlu diteliti yakni variabel harga produk.

**DAFTAR PUSTAKA**

Alma, Buchari. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta: Bandung

Andi. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama Yogyakarta.

Gerson Ricard F. 2004. Mengukur Kepuasan Pelanggan, PPM Anggota Alfabeta: Jakarta

Hardiyati Ratih. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran

Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat: Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta

Mannulang Ida. 2008 "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT.

Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan

Ratminto, Atik Winarsih. 2005. Manajemen Pelayanan. Pustaka Pelajar: Yogyakarta

R.Wayne Pace, Don F Faules. 2006. Komunikasi Organisasi; Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Ridwan, Akdon. 2007. Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Alfabeta: Bandung

Saifudin, Azwar. 1997. Reliabilitas Dan Validitas . Pustaka Pelajar: Yogyakarta

Supranto. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta

Tjiptano, Fandy. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama

Triswandari Uchik. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur