

## **Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

**Ustadus Sholihin**

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Uniska  
Universitas Islam Kadiri Jl. Sersan Suharmaji No. 38 Kediri Jawa Timur  
Indonesia  
ustadussholihin@uniska-kediri.ac.id

### **Abstrak**

5 Dimensi Kualitas pelayanan yang terdiri dari wujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati merupakan hal yang sangat penting sekali karena berhubungan secara langsung dengan konsumen atau pelanggan. Dalam rangka memelihara pelanggan salah satunya yang ditempuh oleh perusahaan adalah menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan pada akhirnya tdk mau berpindah ke produk perusahaan lain. Metode penelitian yang dipakai adalah beberapa uji prasyarat dan regresi berganda. Dari hasil uji regresi berganda mendapatkan hasil sebagai berikut :  $y = -1,249 + 0,269x_1 + 0,283x_2 + 0,145x_3 + 0,171x_4 + (-0,019)x_5$ . Dari hasil analisis tersebut variable  $x_2$  yaitu kehandalan merupakan variable yang paling dominan dibanding variable lainnya. Dari hasil analisis R square mendapatkan nilai yang sangat layak sebesar 0,809 atau 80,9 % artinya variable  $x$  yaitu yang terdiri dari wujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati mampu mempengaruhi variable  $y$ , yaitu kepuasan pelanggan sebesar 80,9% dan sisanya 19,1% variabel diluar yang tidak diteliti mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis ini Joglo batik seminar kediri harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pendahuluan**

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam hal penjualan. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus diperhatikan oleh pihak perusahaan dalam rangka menjaga kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas maka diharapkan konsumen selalu dan selalu berlangganan untuk membeli produk tersebut. Maka produk hasil produksi dari perusahaan akan selalu diminati konsumen, sehingga jumlah permintaan selalu meningkat dan hal ini yang selalu diharapkan oleh setiap perusahaan.

Berdasar latar belakang tersebut diatas peneliti mengambil topik tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Joglo Suminar Batik Kediri. Dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan wujud, handal, tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Joglo Batik Suminar Sekoto Kediri.
2. Manakah diantara dimensi kualitas pelayanan wujud, handal, tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Joglo Batik Suminar Sekoto Kediri.

## Tinjauan Pustaka

### 5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Pada umumnya pelanggan akan menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam banyak sekali dimensi penilaian yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, competence, courtesy, credibillity, security, access, communication, dan understanding the customer*. Dari kesepuluh dimensi tersebut dapat dikelompokkan menjadi lima dimensi utama, yaitu dimensi *reliability, tangibles, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Parasuraman dan kawan-kawan dalam Fitzsimmons, Zeithaml, dan Bitner dalam Tjiptono<sup>1</sup> mengemukakan bahwa pada dasarnya terdapat lima dimensi yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan, yaitu:

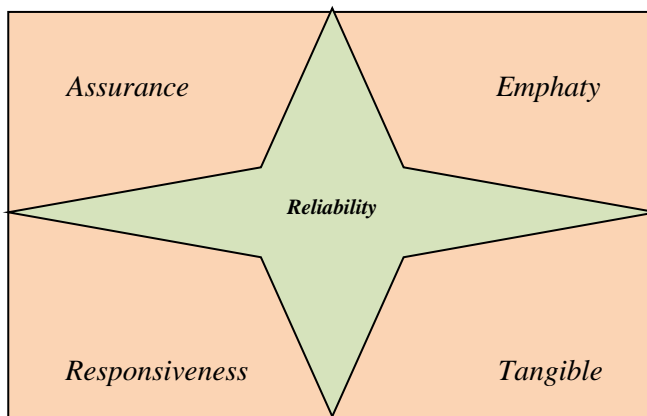
1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pasien dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

---

<sup>1</sup> Tjiptono, Fandy & Chandra, G, Service, Quality dan Satisfaction. Edisi 4 , Yogyakarta : CV. Andi Offset. Indonesia. 2016. hlm. 70

### Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...

Hermawan , mengatakan <sup>2</sup>*reliability* merupakan dimensi yang paling penting dalam pelayanan, karena dimensi ini merupakan arti *service* yang sebenarnya. Karena kita harus selalu menghindari kesalahan terhadap konsumen karena *service* sebenarnya adalah preventif. Oleh karena itulah beliau meletakkannya di tengah, seperti yang terlihat pada gambar 2.3 berikut ini.



Sumber : Hermawan (2011:264)

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono <sup>3</sup> menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja (yang senyatanya diterima). Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerja rendah, kepuasan tidak akan tercapai. Teori kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya peniadaan atau paling kurang menyempitkan gab antar harapan dan kinerja. Harapan dibentuk komunikasi getok tular, kebutuhan personal dan pengalaman masa lalu.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller <sup>4</sup> “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from company a product’s perceived performance (or Outcame) in relation to his or her expectations.*” Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa, hasil dari membendingkan antara apa yang di harapkan dengan apa yang dirasakan dari suatu produk akan menghasilkan rasa puas atau kecewa pelanggan.

Pendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan dan apa yang diperoleh juga dikemukakan oleh Soderlund

---

<sup>2</sup> Agus Hermawan, Komunikasi Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 2012, hlm. 264.

<sup>3</sup> Tjiptono, Fandy & Chandra, G, *Op.cit.*, 2011, hlm. 71.

<sup>4</sup> Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jakarta: Erlangga, 2012, hlm. 36.

juga <sup>5</sup>“A mental state which results from the customer's comparison of (expectation prior to a purchase performance perceptions after a purchase).” Definisi tersebut menjelaskan juga bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan dari sebuah produk setelah di membeli atau mengkonsumsinya.

Kepuasan sebagai suatu perbandingan antara harapan dan apa yang dirasakan juga dikemukakan oleh Fecikova yang menjelaskan bahwa <sup>6</sup>kepuasan pelanggan adalah “a feeling which results from a process of evaluating what was received against that expected, the purchase decision itself and/or the fulfillment of need/want.” Pendapat tersebut menerangkan bahwa kepuasan merupakan perasaan yang dihasilkan dari mengevaluasi apa yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, yang berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan dari pelanggan tersebut pada sebuah produk atau layanan.

Berdasarkan pendapat para pakar tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Jika barang dan jasa yang dibeli cocok dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan terdapat kepuasan atau sebaliknya. Bila kenikmatan yang diperoleh pelanggan melebihi harapannya, maka pelanggan akan betul-betul merasa puas dan sudah pasti mereka akan terus mengadakan pembelian ulang serta mengajak teman-teman sehingga itu dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

### **Batik Suminar Khas Kediri**

Motif dan makna batik Suminar umumnya berorientasi pada <sup>7</sup>keadaan lingkungan sekitar di wilayah kabupaten/kota Kediri. meliputi:

- 1) Flora / tumbuhan ;
- 2) Fauna / hewan;
- 3) Seni budaya; Wisata;)
- 4) Sosial:.

---

<sup>5</sup> Soderlund, M, and Ohman, N , “ Behavioral intentions in satisfaction research revisited.” Journal of Consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior, 2003, hlm. 16:53-66.

<sup>6</sup> Fecikova, Inggrid, An Index Method for measurement of Customer Satisfaction, TQM Magazine, Vol 6 Issue 1. 2004.

<sup>7</sup> <https://jawatimuran.net.2016/10/13>batik.2/3/2019>

## Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...

Peran Pemerintah kabupaten/kota Kediri untuk menonjolkan batik Suminar sebagai ikon daerah sangat besar. Dibuktikan dengan melatih dan membina para pembatik, mengikuti batik Suminar keberbagai macam acara baik lokal maupun internasional,

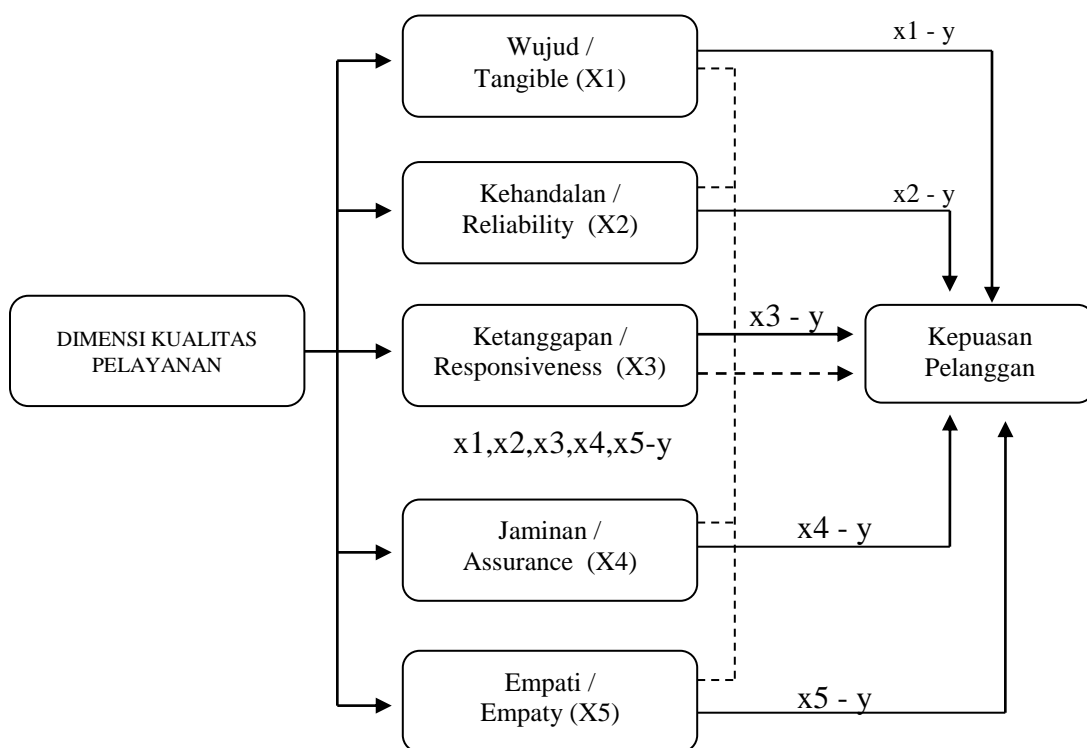
mewajibkan para pegawai pemerintah daerah (pegawai kantor dan guru) dan anak-anak sekolah memakai pakaian batik pada hari rabu, kamis dan jumat

<https://jawatimuran.net.2016/10/13>batik>

### Model / Kerangka Teoritik

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas dan rumusan masalah maka peneliti dapat menentukan model / Kerangka Teoritik yang di gunakan sebagai berikut :

Gambar 1.  
Model / Kerangka Teoritik



### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas dan model kerangka teoritik yang dibuat , maka peneliti menentukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Diduga dimensi kualitas pelayanan wujud, handal, tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Joglo Batik Suminar Sekoto Kediri.
2. Diduga dimensi kualitas pelayanan jaminan, handal, tanggap mempunyai pengaruh paling dominan dibanding dengan dimensi kualitas pelayanan empati dan wujud terhadap kepuasan konsumen di Joglo Batik Suminar Sekoto Kediri.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi Joglo Suminar Batik Kediri, beralamatkan di Jalan KH. Dewantara No 74, Tulungrejo, Badas – Pare - Kediri - JawaTimur - 64212 - Indonesia.

### **Populasi Dan Sampel**

Dalam bagian ini peneliti menjelaskan populasi dan sampel yang digunakan. Adapun yang dimaksud dengan populasi adalah sebagai berikut:

Menurut Sugiyono, mendefinisikan populasi sebagai berikut : <sup>8</sup>“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun menurut Arikunto populasi adalah :<sup>9</sup> “Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian ”.

Adapun yang dimaksud dengan sampel menurut Sugiyono :

<sup>10</sup>Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk

---

<sup>8</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta, 2012, hlm.80.

<sup>9</sup> Arikunto, S , Metode Penelitian Kualitatif, Jakarta: Bumi Aksara, 2006, hlm.130

<sup>10</sup> Sugiyono, Op.cit., hlm.81.

### **Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...**

populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul betul representatif (mewakili).

Sedangkan sampel menurut Arikunto adalah sebagai berikut :<sup>11</sup> “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.

Berdasarkan definisi diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Joglo Suminar Batik Kediri. Adapun yang menjadi sampel adalah sebagian dari pelanggan Joglo Suminar Batik Kediri.

### **Teknik Sampling**

Teknik sampling merupakan teknik mengambil sampel dari populasinya, adapun teknik sampling yang peneliti gunakan adalah teknik sampling insidental. Adapun yang dimaksud dengan teknik sampling insidental menurut Sugiyono, adalah sebagai berikut :

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>12</sup>

Cara peneliti melakukan teknik sampling dengan menggunakan teknik insidental adalah peneliti selama kurang lebih 2 minggu berada di Joglo Suminar Batik Kediri. Pada waktu ada pelanggan yang membeli batik Suminar kita minta waktu untuk mengisi angket.

### **Penentuan Jumlah Sampel**

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan dari Isaac dan Michael, untuk tingkat kesalahan, 1%, 5% dan 10%. Adapun tabel yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel peneliti taruh dilampiran.<sup>13</sup> Besarnya populasi dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan, berdasarkan tabel dari Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 10% maka besarnya sampel adalah 87 konsumen Joglo Suminar Batik Kediri.

### **Data Dan Teknik Pengumpulannya**

Pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

---

<sup>11</sup> Arikunto, S, *Op.cit.*, hlm.131.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2012, hlm.85.

<sup>13</sup> *Ibid*, 2012, hlm.86-87

a. Pengamatan ( Observasi )

Pengamatan atau observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan ( laboratorium) terhadap objek yang diteliti ( populasi atau sampel )

b. Penelusuran Literatur

Penelusuran Literatur adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan sebagian atau seluruh data yang telah ada atau laporan data dari peneliti sebelumnya. Penelusuran literatur disebut juga pengamatan tidak langsung.

c. Penggunaan Kuesioner

Penggunaan kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan ( angket ) atau daftar isian terhadap obyek yang diteliti ( populasi atau sampel ) peneliti menggunakan model jawaban 1,2,3,4 dan 5 dengan penjelasan 1= STS( Sangat Tidak Setuju), 2=ST(Tidak Setuju), 3= R(Ragu ragu), 4 = S (Setuju), 5=SS (Sangat Setuju).

d. Wawancara ( Interviu )

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada obyek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari obyek yang diteliti

### Identifikasi Variabel

Identifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independent , 5 dimensi kualitas pelayanan yang meliputi :
  - a. Variabel x1 : Wujud
  - b. Variabel x2 : Handal
  - c. Variabel x3 : Tanggab
  - d. Variabel x4 : Jaminan
  - e. Variabel x5 : Empati
2. Variabel Dependent, yang meliputi :
  - a. Variabel y : Kepuasan pelanggan

### Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel dalam penelitian ini, menjelaskan tentang definisi operasional yang terdapat di Joglo Suminar Batik, menjelaskan tentang indikator kualitas pelayanan menurut zeithaml, Parasuraman & Berry ( dalam Hardiansyah 2011:46 ) sebagai berikut <sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Hardiansyah, Kualitas pelayanan Publik, Yogyakarta: Gava Media, 2011, Hlm.46.



### **Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...**

1. Variabel Independent, 5 dimensi kualitas pelayanan yang meliputi :  
Variabel x1 : Wujud, kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi, administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Indikatornya adalah :

- a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
- b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
- c. Kemudahan dalam proses pelayanan
- d. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
- e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan
- f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

Variabel x2 : Handal , kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Indikatornya adalah :

- a. Kecermatan petugas dalam melayani
- b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
- c. Kemampuan petugas/aparatur menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
- d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan

Variabel x3 : Tanggap , kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Indikatornya adalah:

- a. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
- b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
- c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
- d. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
- e. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat
- f. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas

Variabel x4 : Jaminan, kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Indikatornya adalah :

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
- b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
- c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
- d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan

Variabel x5 : Empati , sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Indikatornya adalah :

- a. Mendahulukan kepentingan pelanggan/pemohon
- b. Petugas melayani dengan sikap ramah
- c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
- d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
- e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

Variabel Dependentnya yaitu :

Variabel y : Kepuasan konsumen, dengan indikator sebagai berikut :

- a. Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
- b. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang tinggi pada pelanggan.
- c. Kualitas Pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
- d. Faktor Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum bila konsumen menggunakan produk merek tertentu.

### **Teknik Analisis**

Teknik Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a). Uji Validitas
- b). Uji Reliabilitas
- c). Uji Normalitas
- d). Uji Linieritas
- e). Uji Auto Korelasi
- f). Uji Multikolinieritas
- g). Uji Heterokedastisitas
- h). Uji Keterandalan ( Uji F)
- i). Uji Koefisien Regresi ( Uji t )
- j). Koefisien Determinasi
- k). Interpretasi Model

### **Hasil dan Pembahasan**

### Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...

Dalam pembahasan ini peneliti melakukan analisa dengan Teknik Analisis yang sudah ditentukan diatas yaitu 11 Teknik Analisis, dengan pembahasan sebagai berikut :

#### Uji Validitas Product Momen :

Setiap penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode angket perlu dilakukan uji validitasnya. Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dari responden. Uji validitas produk moment pearson correlation menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing masing skor item yang diperoleh dalam penelitian. Setiap uji dalam statistik tentu mempunyai dasar dalam pengambilan keputusan sebagai acuan untuk membuat kesimpulan.

<sup>15</sup>Dasar pengambilan keputusan uji validitas, a) jika nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel = angket valid. b) jika nilai  $r$  hitung  $< r$  table = angket tidak valid.  
([www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-spss.html?m=1))

Tabel 1  
Uji validitas  
Dimensi Kualitas Pelayanan & Kepuasan Konsumen

No item	r xy	r tabel	ketrangan
Dimensi kualitas pelayanan-Wujud – x1			
1	0,911	0,2084	valid
2	0,163	0,2084	Tidak valid
3	0,235	0,2084	valid
4	0,379	0,2084	valid
5	0,182	0,2084	Tidak valid
6	0,351	0,2084	valid
Handal x-2			
1	0,715	0,2084	valid
2	0,474	0,2084	valid
3	0,767	0,2084	valid
4	0,919	0,2084	valid
Tanggap x-3			
1	0,476	0,2084	valid
2	0,782	0,2084	valid
3	0,696	0,2084	valid
4	0,642	0,2084	valid
5	0,530	0,2084	valid
6	0,821	0,2084	valid
Jaminan x-4			
1	0,800	0,2084	valid

---

<sup>15</sup> ([www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-spss.html?m=1))

2	0,763	0,2084	valid
3	0,769	0,2084	valid
4	0,914	0,2084	valid
Empati x-5			
1	0,889	0,2084	valid
2	0,871	0,2084	valid
3	0,852	0,2084	valid
4	0,801	0,2084	valid
5	0,931	0,2084	valid
Kepuasan Konsumen- y			
1	0,687	0,2084	valid
2	0,655	0,2084	valid
3	0,613	0,2084	valid
4	0,799	0,2084	valid

Berdasar analisis uji validitas variable handal, tanggap, jaminan , empati dan kepuasan konsumen semua pertanyaan menghasilkan nilai yang valid setelah dibandingkan dengan r table ( cara melihat r table : gunakan tingkat signifikansi untuk uji 2 arah 0,05; n = 87 maka nilainya 0,2084 ), tetapi untuk variable wujud dari 6 pertanyaan 4, pertanyaan valid dan 2 pertanyaan tidak valid, yaitu pertanyaan nomor 2 dan 5.

### **Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's**

Uji reliabilitas diartikan sebagai sesuatu hal yang dapat dipercaya atau keadaan yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas ini berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi angket yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat dihandalkan. <sup>16</sup>Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas a) jika nilai Cronbach's Alpha > r table = reliable/konsisten dan b) jika nilai Cronbach's Alpha < r table = unreliable / tidak konsisten. Dalam penganalisaan uji reliabilitas ini peneliti tidak memasukkan angket yang tidak valid dari dimensi kualitas pelayanan – wujud, yaitu soal nomor 2 dan soal nomor 5 dengan alasan karena tidak valid.

([www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1))

---

<sup>16</sup> ([www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1))

Tabel 2  
Uji validitas  
Dimensi Kualitas Pelayanan & Kepuasan Konsumen

No item	Variabel/Dimensi	Cronbach's Alpha	r Tabel	Ketrangan
X-1	Wujud	0,673	0,2084	reliable
X-2	Handal	0,705	0,2084	reliable
X-3	Tanggap	0,751	0,2084	reliable
X-4	Jaminan	0,825	0,2084	reliable
X-5	Empati	0,919	0,2084	reliable
y	Kepuasan Konsumen	0,635	0,2084	reliable

Berdasar analisis Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan dimensi wujud handal, tanggap, jaminan dan empati serta variable y hasilnya adalah reliable artinya untuk ke 5 dimensi dan variable y adalah konsisten setelah dibandingkan dengan r table ( cara melihat r table : gunakan tingkat signifikansi untuk uji 2 arah 0,05; n = 87 maka nilainya 0,2084)

### **Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov :**

Uji normalitas sering disebut uji prasarat analisis data. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data data penelitian yang dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Artinya sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya data penelitian harus diuji kenormalan distribusinya.<sup>17</sup> Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal dan yang terjadi sebaliknya jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

[www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html?m=1)

---

<sup>17</sup> ([www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html?m=1))

Tabel 3  
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov  
Dimensi Kualitas Pelayanan & Kepuasan Konsumen

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.86388867
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.932
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.350</b>
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan output diatas diketahui bahwa nilai signifikannya sebesar 0,350 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang kita uji **berdistribusi normal**. Atau sebesar 35 % lebih besar dari 5 %.

### Uji linieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dua variable atau lebih mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak, data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variable x (independent/predictor) dengan variable y ( dependent/kriterium). <sup>18</sup>Syarat Uji linearitas : 1). Melihat nilai signifikasi pada F, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variable x dan variabel y. dan sebaliknya jika nilainya lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linier antar variable x dan variable y. 2). Dengan melihat nilai F hitung yang dibandingkan dengan F table . Jika nilai F hitung lebih kecil dari F table maka terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variable x dan variable y dan sebaliknya jika nilai F hitung lebih besar dari F table maka kesimpulannya tidak terdapat hubungan yang linier antara variable x dan variable y. ([www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1))

<sup>18</sup> ([www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1))

Tabel 4  
Uji Linieritas & Kesimpulan  
Dimensi Kualitas Pelayanan & Kepuasan Konsumen

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Wujud	Between Groups	(Combined)	247.616	7	35.374	31.520	.000
		Linearity	228.039	1	228.039	203.194	.000
		Deviation from Linearity	19.577	6	3.263	2.907	.013
	Within Groups		88.660	79	1.122		
	Total		336.276	86			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Handal	Between Groups	(Combined)	264.969	7	37.853	41.936	.000
		Linearity	234.008	1	234.008	259.254	.000
		Deviation from Linearity	30.960	6	5.160	5.717	.000
	Within Groups		71.307	79	.903		
	Total		336.276	86			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Tanggap	Between Groups	(Combined)	261.122	10	26.112	26.406	.000
		Linearity	238.649	1	238.649	241.335	.000
		Deviation from Linearity	22.473	9	2.497	2.525	.014
	Within Groups		75.154	76	.989		
	Total		336.276	86			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Jaminan	Between Groups	(Combined)	273.777	8	34.222	42.710	.000
		Linearity	242.558	1	242.558	302.718	.000

## Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...

		Deviation from Linearity	31.219	7	4.460	5.566	.000
	Within Groups		62.499	78	.801		
	Total		336.276	86			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Empati	Between Groups	(Combined)	265.929	8	33.241	36.858	.000
		Linearity	239.751	1	239.751	265.834	.000
		Deviation from Linearity	26.178	7	3.740	4.147	.001
	Within Groups		70.347	78	.902		
	Total		336.276	86			

Variabel/Dimensi	siknifikansi	0,05	Keterangan
	Siknifikansi > 0,05		
Kepuasan-wujud	0,013	0,05	Hubungan tidak linier
Kepuasan- handal	0,000	0,05	Hubungan tidak linier
Kepuasan-tanggap	0,014	0,05	Hubungan linier
Kepuasan-jaminan	0,000	0,05	Hubungan tidak linier
Kepuasan-empati	0,001	0,05	Hubungan tidak linier

Variabel/Dimensi	F hitung	F tabel	Keterangan
	F hitung < F tabel		
Kepuasan-wujud	2,907	2,3683	Hubungan tidak linier
Kepuasan- handal	5,717	2,3683	Hubungan tidak linier
Kepuasan-tanggap	2,525	2,3683	Hubungan tidak linier
Kepuasan-jaminan	5,566	2,3683	Hubungan tidak linier
Kepuasan-empati	4,147	2,3683	Hubungan tidak linier

Berdasarkan hasil uji linieritas , jika didasarkan pada nilai siknifikansi uji linieritas hanya dimensi tanggap dengan kepuasan yang mempunyai hubungan linieritas, tapi jika didasarkan pada nilai F semua dimensi tdk ada yang linier .

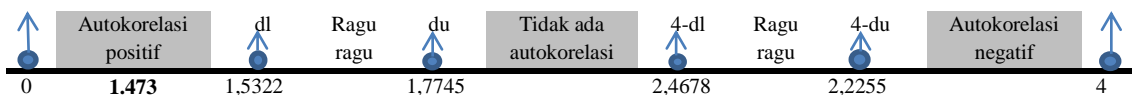
### Uji Autokorelasi Durbin Watson



Tabel 5  
Output Autokorelasi  
( Model Summary )

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900 <sup>a</sup>	.809	.797	.89015	<b>1.473</b>
a. Predictors: (Constant), Empati, Wujud, Tanggap, Handal, Jaminan					
b. Dependent Variable: kepuasankonsumen					

Dari hasil output uji autokorelasi, diperoleh nilai autokorelasi positif berdasarkan nilai Durbin Watson sebesar 1.473. Dengan data  $k=5$ , yaitu 5 variabel independen besarnya  $n = 87$  responden. Berdasarkan table Durbin Watson nilai  $dl$  ( Durbin Lower ) = 1,5322 dan nilai  $DU$  ( Durbin Upper ) sebesar 1,7745. Maka langkah selanjutnya  $4-dl = 4-1,5322 = 2,4678$  dan  $4-du = 4- 1,7745 = 2,2255$ . Nilai 4, merupakan nilai dasar yang di gunakan untuk menghitung  $dl$  dan  $du$ .



Jadi berdasarkan table Durbin Watson nilai sebesar 1.473 berada pada posisi Autokorelasi positif.

### Uji Multikolinieritas

Dari hasil analysis asumsi klasik, syarat untuk melihat apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dengan melihat nilai Toleransi : jika nilai Toleransi  $> 0,10$  = artinya tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya, kedua dengan melihat nilai VIF : jika nilai VIF  $< 10,00$  = artinya tidak terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya . Hasil out put uji multikolinearitas sebagai berikut :

Tabel 6  
Output Multikolinearitas  
( Coefficients )

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.249	1.716		-.728	.469		
	Wujud	.269	.088	.292	3.061	.003	.259	3.858
	Handal	.282	.109	.301	2.591	.011	.175	5.730
	Tanggap	.145	.081	.206	1.792	.077	.178	5.622
	Jaminan	.171	.107	.203	1.606	.112	.147	6.801
	Empati	-.019	.083	-.034	-.226	.822	.104	9.646
a. Dependent Variable: kepuasankonsumen								

Nilai VIF ( Varian Inflation Factor ) untuk dimensi wujud, handal, tanggap, jaminan dan empati mempunyai nilai yang berbeda beda. Dalam penelitian ini penulis menentukan ukuran VIF sebesar 10 bukan 5 . Dari hasil analisis berdasarkan **nilai Toleransi** semua dimensi mendapatkan nilai diatas 0,10 % atau diatas 10 % artinya hal ini tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan berdasar **VIF** dari kelima dimensi karena nilainya berada di bawah 10 artinya hal ini tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan Syarat uji asumsi klasik jika regresi liner dengan OLS, maka model regresi linear yang baik yaitu suatu model yang tidak mengandung atau terbebas dari adanya multikolinearitas.

Dengan demikian model regresi linear diatas dari 5 dimensi variabel yang diteliti, tidak mengandung multikolinearitas.

### Uji Heterokedastisitas dengan Glejser

Dari hasil analysis asumsi klasik, Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas . Dasar pengambilan keputusan : jika nilai signifikansi  $> 0,05$  = artinya tidak terjadi heterokedastisitas dan jika  $< 0,05$

### Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...

artinya terjadi heterokedastisitas. Hasil out put uji Heterokedastisitas sebagai berikut :

Tabel 7  
Output Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.756	.721		5.209	.000		
	Wujud	-.034	.037	-.157	-.923	<b>.359</b>	.259	3.858
	Handal	.062	.046	.282	1.363	<b>.177</b>	.175	5.730
	Tanggap	-.078	.034	-.472	-2.301	<b>.024</b>	.178	5.622
	Jaminan	-.077	.045	-.387	-1.717	<b>.090</b>	.147	6.801
	Empati	.016	.035	.125	.466	<b>.642</b>	.104	9.646
a. Dependent Variable: RES2								

Berdasarkan out put diatas diketahui bahwa nilai signifikan variable dimensi wujud, handal, jaminan dan empati mempunyai nilai signifikan  $> 0,05$  lebih dari 5% artinya uji di atas tidak terjadi heterokedastisitas, yaitu untuk variable wujud sebesar 35,9% untuk dimensi handal 17,7%, jaminan 9% dan empati sebesar 64,2 %, sementara variable dimensi tanggap nilai signifikansinya  $< 0,05$ , yaitu sebesar 2,4 % artinya terjadi heterokedastisitas pada variable Tanggap.

### Uji Keterandalan Model ( Uji F = uji simultan )

Uji ketreandalan model atau uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari 2 variabel independent atau lebih secara simultan bersama sama terhadap variable dependent. Dasar pengambilan keputusan uji F yaitu : jika nilai F hitung  $> F$  table maka variable independent secara simultan berpengaruh terhadap variable terikat dan sebaliknya. Dan jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka variable independent secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variable dependent dan sebaliknya. Hasil dari proses analysis regresi berganda diperoleh output, yang menjelaskan tentang uji F atau uji keterandalan suatu model adalah sebagai berikut :

Tabel 8  
Output Analysis Regression  
( Uji F )

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	272.094	5	54.419	<b>68.678</b>	<b>.000</b>
	Residual	64.182	81	.792		
	Total	336.276	86			
a. Predictors: (Constant), Empati, Wujud, Tanggap, Handal, Jaminan						
b. Dependent Variable: kepuasankonsumen						

Berdasar output diatas nilai F hitung = 68.687 > F table = 2,33 (5.80 pada 0,05 tabel F ) maka artinya kelima dimesi pelayanan yang terdiri dari wujud, handal, tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jika berdasar nilai signifikansinya maka nilai 0,000 < 0,05 artinya variable independent secara bersama sama berpengaruh terhadap variable dependent.

Uji F sering disebut sebagai *Uji Secara Simultan Model*, yaitu uji secara bersama sama antara variable x yang berjumlah 5 variabel terhadap 1 variabel y. Ada juga yang menyebutnya sebagai *Uji Keterandalan Model* atau *Uji Keterlayakan Model* atau yang paling populer disebut sebagai **Uji F**.

Uji F digunakan untuk mengidentifikasi apakah suatu model regresi yang diprediksi layak ( feasible ) atau tidak layak ( Unfeasible ). Layak mempunyai arti yaitu Andal maksudnya persamaan yg diperoleh hasil dari analysis mampu menjelaskan pengaruh antara 5 variabel bebas terhadap 1 variabel terikat.

Dalam penelitian ini, antara dimensi wujud, handal, tanggap, jaminan dan empati secara bersama sama ( Simultan ) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Di Rumah Joglo Suminar Batik Sekoto Kediri. Besarnya nilai Uji F hitung dalam penelitian ini ditunjukkan pada angka **68.687** sedangkan angka signifikansinya sebesar 0,000. Dalam penelitian ini nilai Probabilitas F hitung di tentukan sebesar 0,05 atau sederajat dengan 5 %. Jika nilai signifikansinya dibawah 0,05 maka dapat dikatakan model regresi yang diestimasi Layak dan jika yang terjadi sebaliknya adalah jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka model regresi yang diestimasi tidak layak. Kesimpulannya hasil uji berdasar uji F model regresi yang diestimasi dalam penelitian ini adalah **layak karena nilai signifikansinya 0,000**.

### Uji Koefisien Regresi ( Uji t = uji parsial )

Uji t terkenal dengan uji parsial, dalam analisis berganda ini bertujuan untuk mengetahui apakah variable bebas x secara parsial (sendiri) berpengaruh signifikan terhadap variable y . Dasar pengambilan keputusan untuk uji t parsial adalah jika nilai t hitung > t table = maka variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat dan sebaliknya. Jika nilai signifikan < 0,05 = maka variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat dan sebaliknya

Tabel 9  
Output Analysis Regression & Kesimpulan  
( Uji t )

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-1.249	1.716		.469
	Wujud	.269	.088	.292	<b>3.061</b>
	Handal	.282	.109	.301	<b>2.591</b>
	Tanggap	.145	.081	.206	<b>1.792</b>
	Jaminan	.171	.107	.203	<b>1.606</b>
	Empati	-.019	.083	-.034	<b>.822</b>
a. Dependent Variable: kepuasankonsumen					

	t hitung	t tabel	Kesimpulan	Signifikansi	Sig. 0,05	Kesimpulan
Wujud	<b>3.061</b>	1,66388	Berpengaruh	<b>.003</b>	0,05	Signifikan
Handal	<b>2.591</b>	1,66388	Berpengaruh	<b>.011</b>	0,05	Signifikan
Tanggap	<b>1.792</b>	1,66388	Berpengaruh	<b>.077</b>	0,05	Tidak Signifikan
Jaminan	<b>1.606</b>	1,66388	Tidak Berpengaruh	<b>.112</b>	0,05	Tidak Signifikan
Empati	<b>-.226</b>	1,66388	Tidak Berpengaruh	<b>.822</b>	0,05	Tidak Signifikan

1,66388 ( t table 5 % 2 arah, n-k, 87-6=81 )

Uji t atau Uji Koefisien Regresi disebut juga uji parsial antara variable x terhadap variable y . Uji Parsial yaitu uji secara terpisah atau sendiri sendiri dimana x1 dengan y, x2 dengan y dan seterusnya. Dalam penelitian ini variable x dimensi wujud diuji dengan kepuasan konsumen sebesar 3,061 t hitung > t table , kemudian handal diuji dengan kepuasan konsumen, tanggap di uji dengan kepuasan konsumen, jaminan dengan kepuasan konsumen dan yang terakhir empati diuji dengan kepuasan konsumen.

Dalam uji t ini dimaksudkan untuk menguji parameter yaitu koefisien regresi yang di duga mampu untuk meramalkan persamaan model regresi linear berganda sudah mampu menjadi parameter yang tepat atau belum. Maksudnya apakah perilaku beberapa dimensi diatas dalam penelitian ini sudah mampu menjelaskan perilakunya dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Jika nilai probabilitas uji t hitung signifikan lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka dapat dikatakan variable bebas 5 dimensi diatas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan sebaliknya jika nilai probabilitasnya diatas 0,05 atau 5% maka dikatakan 5 dimensi variable bebas diatas tidak berpengaruh secara signifikan pada taraf keyakinan 95%.

variabel dimensi wujud, handal, tanggap , jaminan Dan empati secara bersama sama ( Simultan ) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Di Rumah Joglo Suminar Batik Sekoto Kediri, dimensi wujud, handal, tanggap , jaminan Dan empati secara bersama sama (Simultan) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Di Rumah Joglo Suminar Batik Sekoto Kediri

Dapat dikatakan dalam penelitian ini variable bebas dimensi tanggap, jaminan dan empati berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Di Rumah Joglo Suminar Batik Sekoto Kediri karena nilainya signifikansinya sebesar 0,077 atau 7,7% ; 0,112 atau 11,2% ; 0,822 atau 82,2 % , sedangkan dimensi wujud berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Di Rumah Joglo Suminar Batik Sekoto Kediri nilai signifikansinya sebesar 0,003 atau 0,3%, dimensi handal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansinya sebesar 0,011 atau 1,1% , dengan taraf keyakinan 95%

### **Koefisien Determinasi ( R Square )**

Hasil dari proses analysis regresi berganda diperoleh output koefisien determinant sebagai berikut :

Tabel 10  
Output Analysis Regression  
( R Square )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 <sup>a</sup>	<b>.809</b>	.797	.89015
a. Predictors: (Constant), Empati, Wujud, Tanggap, Handal, Jaminan				

Besarnya nilai koefisien determinasi menjelaskan pengaruh variable bebas yaitu 5 dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen . Bisa juga dikatakan proporsi pengaruh seluruh variable bebas terhadap variable terikat. Dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi dapat diukur dengan nilai R Square. Jika dilihat besarnya nilai R Square dari data diatas menunjukkan angka sebesar 0,809 atau 80,9 %. Artinya variable bebas yang terdiri dari dimensi wujud,handal, tanggap, jaminan dan empati mampu mempengaruhi variable terikat yaitu kepuasan konsumen Di Rumah Joglo Suminar Batik Sekoto Kediri sebesar 80,9% sedangkan sisanya 19,1% atau (100-80,9=19,1) dipengaruhi variable lain yang tidak ada dalam model atau 19,1% dipengaruhi variable di luar yang diteliti. Jadi kesimpulannya 80,9 % variable x ,yang terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan mampu mempengaruhi terhadap variable y kepuasan konsumen.

#### Interpretasi Model ( $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$ )

Hasil dari proses analysis regresi berganda diperoleh output sebagai berikut :

Tabel 11  
Output Analysis Regression  
(Unstandardized Coefficients)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	<b>-1.249</b>	1.716		.469
	Wujud	<b>.269</b>	.088	.292	.003
	Handal	<b>.282</b>	.109	.301	.011
	Tanggap	<b>.145</b>	.081	.206	.077

Jaminan	<b>.171</b>	.107	.203	1.606	.112
Empati	<b>-.019</b>	.083	-.034	-.226	.822
a. Dependent Variable: kepuasankonsumen					

Tahap terakhir adalah melakukan interpretasi hasil dari suatu penelitian setelah diadakan uji asumsi klasik dan uji keterandalan baik dengan uji F dan uji t serta determinasi. Interpretasi, penafsiran atau penjelasan atas suatu model yang dihasilkan dengan menggunakan koefisien regresi yang meliputi 2 hal yaitu tanda dan besaran. Tanda menunjukkan arah hubungan dan bisa bernilai positif dan negative. Jika angkanya positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variable bebas terhadap variable terikat dan jika negative menunjukkan arah yang berlawanan.

Pengertian *tanda* tersebut adalah positif (searah) jika variable bebas mengalami kenaikan ( peningkatan, bertambah) maka variable terikat juga mengalami hal yang sama. Dalam penelitian ini 5 dimensi wujud, handal, tanggap dan jaminan mengalami hubungan searah (positif). Contoh jika nilai koefisien regresi dimensi wujud, handal, tanggap dan jaminan bernilai positif maka kenaikan kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut menyebabkan kenaikan pada kepuasan konsumen di Rumah Joglo Suminar Batik Sekoto Kediri. Dimensi wujud mempunyai nilai koefisien sebesar = 0,269 , dimensi handal mempunyai nilai koefisien sebesar = 0,282, dimensi tanggap mempunyai nilai koefisien sebesar = 0,145 dan dimensi jaminan mempunyai nilai koefisien sebesar = 0,171 .

Sedangkan arti tanda negative adalah menunjukkan arah yang berlawanan jika variable bebas mengalami kenaikan maka variable terikat mengalami penurunan, hal ini juga berlaku sebaliknya. Jika variable bebas mengalami penurunan maka variable terikat mengalami kenaikan. Dalam penelitian ini yang mengandung nilai negative adalah dimesi empati mempunyai nilai koefisien sebesar = - 0,019. Jadi persamaan yang diperoleh adalah  $y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$  ,  $y = -1,249 + 0,269x_1 + 0,283x_2 + 0,145x_3 + 0,171x_4 + (-0,019)x_5$  .

Perlu dipahami bahwa dalam penelitian ini karena menggunakan data primer atau angket maka tidak dapat diinterpretasikan dengan menggunakan *besaran*, karena alat ukur variabelnya berupa skala likert dan tidak memiliki satuan hanya menunjukkan gradasi dari nilai kecil ke besar dari tidak suka menjadi suka, dari tidak setuju menjadi setuju , berbeda untuk variable yang



### **Ustadus Sholihin| Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan...**

mempunyai satuan misalnya, kg, ton, unit, Rp dll. Maka bisa dijelaskan dengan menggunakan besaran.

### **Simpulan dan Saran**

Dari hasil analisis regresi berganda diperoleh bahwa :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara 5 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari wujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variable kehandalan merupakan variable yang paling dominan dibanding dengan variable yang lain yaitu variable wujud, tanggap, jaminan dan empati.
3. Joglo batik suminar kediri disarankan tetap mempertahankan dan meningkatkan 5 dimensi kualitas pelayanan dalam rangka memelihara kepuasan pelanggan.
4. Selain hal tersebut diatas Joglo Batik Suminar Kediri harus tetap menambah hal hal yang bisa meningkatkan penjualannya selain 5 dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, diantaranya kualitas produk, harga, saluran distribusi dan luas wilayah hingga internasional.

### **Daftar Pustaka**

- A. Pasuraman, ( 2001), *The Behavioral Consequences of service quality*, jurnal of marketing. Vol. 6
- Agus Hermawan, ( 2012), *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta, Erlangga.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, G, (2016), *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4 , CV. Andi Offset. Yogyakarta. Indonesia.
- Fecikova, Inggrid, *An Index Method for measurement of Customer Satisfaction*, TQM Magazine, Vol 6 Issue 1. 2004.
- Hardiansyah, ( 2011 ) *Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Di Indonesia*, Penerbit Gava media : Yogyakarta.
- Hasan, Iqbal, ( 2004), *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Penerbit Bumi Aksara : Jakarta
- Kotler , dan Keller, ( 2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta, Erlangga.
- Sugiyono, ( 2012), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta: Bandung
- , (2011), *Statistika Untuk Penelitian*, Penerbit Alfabeta: Bandung.

Soderlund, M, and Ohman, N , 2003: “ Behavioral intentions in satisfaction research revisited.” Journal of Consumer satisfaction, dissatisfaction and complaining behavior: 16:53-66.

[www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-spss.html?m=1)

[www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html?m=1)

[www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html?m=1)

[www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1](http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linearitas-dengan-program-spss.html?m=1)

<http://ekonomi.kompasiana.com/wirusaha/2013/11/06/cara-jitu-meningkatkan-omzet-605655.html>

<https://jawatimuran.net.2016/10/13>batik>

<https://id.m.wikipedia.org>wiki>Sejarah>