

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan memperlihatkan analisis data dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan. Penelitian ini telah dilakukan kepada seluruh masyarakat Jawa Barat yang memiliki mobil dan pernah berkunjung ke Formula Auto Detailing Tasikmalaya. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Analisa kualitatif dilakukan dengan menjelaskan jawaban berdasarkan hasil kuesioner tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Sedangkan analisa kuantitatif dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS yang kemudian akan dijelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan hasil perhitungannya.

4.1. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Formula Auto Detailing Tasikmalaya

Dalam variabel kualitas pelayanan terdapat lima dimensi yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *assurance*, dan *responsiveness*. Pengolahan data dibantu menggunakan *microsoft excel* dalam menghitung rata-rata setiap variabel dari jumlah responden yang telah dikumpulkan.

4.1.1. Persepsi konsumen terhadap *tangible*

Berikut ini adalah hasil penilaian dari responden terhadap kualitas pelayanan dalam dimensi *tangible*:

Tabel 4.1

Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap *Tangible*

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
1	Formula Auto Detailing Tasikmalaya memiliki lingkungan kerja yang bersih.	4,57	Sangat Setuju
2	Semua karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu memakai seragam rapi.	4,55	Sangat Setuju

Tabel dilanjut ke hal 35

Lanjutan tabel 4.1 hal 34

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
3	Peralatan yang dimiliki Formula Auto Detailing Tasikmalaya sangat lengkap.	4,46	Sangat Setuju
4	Semua peralatan yang tersedia di Formula Auto Detailing Tasikmalaya dapat berfungsi dengan baik.	4,57	Sangat Setuju
5	Ruang tunggu di Formula Auto Detailing Tasikmalaya nyaman.	4,48	Sangat Setuju
Rata-rata		4,53	

Sumber: Hasil olahan data oleh penulis

Dari hasil rata-rata jawaban responden dalam Tabel 4.1, dapat dilihat bahwa *tangible* dari Formula Auto Detailing Tasikmalaya sudah sangat baik. Pernyataan tersebut terlihat dari hasil rata-rata hitung yaitu sebesar 4,53. Responden mengatakan bahwa Formula Auto Detailing Tasikmalaya secara keseluruhan memiliki *tangibility* yang sangat baik. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang ada di Formula Auto Detailing Tasikmalaya dapat dirasakan secara nyata oleh konsumen. Dimensi *tangible* dalam kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika Formula Auto Detailing Tasikmalaya memiliki lingkungan kerja yang bersih, semua karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu memakai seragam rapi, peralatan yang dimiliki Formula Auto Detailing Tasikmalaya sangat lengkap, semua peralatan yang tersedia di Formula Auto Detailing Tasikmalaya dapat berfungsi dengan baik, dan ruang tunggu di Formula Auto Detailing Tasikmalaya nyaman.

Gambar 4.1

Bukti Fisik Pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya



Sumber: Dokumentasi perusahaan Formula Auto Detailing Tasikmalaya

4.1.2. Persepsi konsumen terhadap *empathy*

Berikut ini adalah hasil penilaian dari responden terhadap kualitas pelayanan dalam dimensi *emphaty*:

Tabel 4.2
Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap *Empathy*

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
1	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu bersikap ramah kepada konsumen.	4,51	Sangat Setuju
2	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya bisa mengerti keinginan konsumen dengan baik.	4,66	Sangat Setuju
3	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya bersikap sopan dalam melayani konsumen.	4,49	Sangat Setuju
4	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu tulus dalam membantu menyelesaikan masalah konsumen.	4,45	Sangat Setuju
5	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya menjelaskan layanan kepada konsumen dengan penuh kesabaran.	4,52	Sangat Setuju
Rata-rata		4,53	

Sumber: Hasil olahan data oleh penulis

Dari hasil rata-rata jawaban responden dalam Tabel 4.2, dapat dilihat bahwa *empathy* dari Formula Auto Detailing Tasikmalaya sudah sangat baik. Pernyataan tersebut terlihat dari hasil rata-rata hitung yaitu sebesar 4,53. Responden mengatakan bahwa Formula Auto Detailing Tasikmalaya secara keseluruhan memiliki *empathy* yang sangat baik. Hal ini berarti perusahaan mampu memahami perasaan konsumen dengan tulus. Dimensi *empathy* dalam kualitas pelayanan

dapat dikatakan baik jika karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya bisa mengerti keinginan konsumen dengan baik, karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya bersikap sopan dalam melayani konsumen, karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu tulus dalam membantu menyelesaikan masalah konsumen, dan karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya menjelaskan layanan kepada konsumen dengan penuh kesabaran.

Gambar 4.2

Empati Dalam Pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya



Sumber: Dokumentasi perusahaan Formula Auto Detailing Tasikmalaya

4.1.3. Persepsi konsumen terhadap *reliability*

Berikut ini adalah hasil penilaian dari responden terhadap kualitas pelayanan dalam dimensi *reliability*:

Tabel 4.3
Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap *Reliability*

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
1	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya membereskan pekerjaan tepat waktu sesuai waktu yang telah dijanjikan kepada konsumen.	4,52	Sangat Setuju
2	Hasil akhir pelayanan Formula Auto Detailing Tasikmalaya sesuai dengan harapan konsumen.	4,38	Sangat Setuju
3	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya memiliki pengetahuan yang baik mengenai jenis layanan.	4,47	Sangat Setuju
4	Karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya memberikan informasi yang akurat mengenai layanan yang dapat diberikan Formula Auto Detailing Tasikmalaya.	4,42	Sangat Setuju
Rata-rata		4,45	

Sumber: Hasil olahan data oleh penulis

Dari hasil rata-rata jawaban responden dalam Tabel 4.3, dapat dilihat bahwa *reliability* dari Formula Auto Detailing Tasikmalaya sudah sangat baik. Pernyataan tersebut terlihat dari hasil rata-rata hitung yaitu sebesar 4,45. Responden mengatakan bahwa Formula Auto Detailing Tasikmalaya secara keseluruhan memiliki *reliability* yang sangat baik. Hal ini berarti

Formula Auto Detailing Tasikmalaya dapat dipercaya oleh konsumennya karena perusahaan bisa memberikan pelayanan yang memuaskan dan memenuhi harapan konsumen. Dimensi *reliability* dalam kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya membereskan pekerjaan tepat waktu sesuai waktu yang telah dijanjikan kepada konsumen, hasil akhir pelayanan Formula Auto Detailing Tasikmalaya sesuai dengan harapan konsumen, karyawan Formula Auto Detailing Tasikmalaya memiliki pengetahuan yang baik mengenai jenis layanan, karyawan Formula Auto Detailing memberikan informasi yang akurat mengenai layanan yang dapat diberikan Formula Auto Detailing Tasikmalaya.

Gambar 4.3

Kehandalan Dalam Pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya



Sumber: Dokumentasi perusahaan Formula Auto Detailing Tasikmalaya

4.1.4. Persepsi konsumen terhadap *assurance*

Berikut ini adalah hasil penilaian dari responden terhadap kualitas pelayanan dalam dimensi *assurance*:

Tabel 4.4
Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap *Assurance*

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
1	Setiap jasa Formula Auto Detailing Tasikmalaya terjamin kualitasnya.	4,47	Sangat Setuju
2	Barang pribadi konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya yang berada di dalam mobil terjamin keamanannya.	4,57	Sangat Setuju
3	Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu mengganti rugi apabila terjadi kesalahan dari pihak perusahaan.	4,47	Sangat Setuju
4	Formula Auto Detailing Tasikmalaya dapat dipercaya konsumen.	4,59	Sangat Setuju
Rata-rata		4,53	

Sumber: Hasil olahan data oleh penulis

Dari hasil rata-rata jawaban responden dalam Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa *assurance* dari Formula Auto Detailing Tasikmalaya sudah sangat baik. Pernyataan tersebut terlihat dari hasil rata-rata hitung yaitu sebesar 4,53. Responden mengatakan bahwa Formula Auto Detailing Tasikmalaya secara keseluruhan memiliki *assurance* yang sangat baik. Hal ini berarti Formula Auto Detailing Tasikmalaya dapat memberikan jaminan dan kepastian kepada konsumennya untuk memperoleh apa yang seharusnya mereka dapatkan. Dimensi *assurance* dalam kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika setiap jasa Formula Auto Detailing Tasikmalaya terjamin kualitasnya, barang pribadi konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya yang berada di dalam mobil terjamin keamanannya, Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu mengganti rugi apabila terjadi kesalahan dari pihak

perusahaan, dan Formula Auto Detailing Tasikmalaya dapat dipercaya konsumen.

Gambar 4.4

Jaminan Dalam Pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya



Sumber: Dokumentasi pribadi Formula Auto Detailing Tasikmalaya

4.1.5. Persepsi konsumen terhadap *responsiveness*

Berikut ini adalah hasil penilaian dari responden terhadap kualitas pelayanan dalam dimensi *responsiveness*:

Tabel 4.5

Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap *Responsiveness*

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
1	Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen.	4,46	Sangat Setuju
2	Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu tanggap dalam	4,34	Sangat Setuju

Lanjutan tabel 4.5 halaman 43

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
	menanggapi kebutuhan konsumen.		
3	Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu menyediakan waktu untuk membantu masalah konsumen.	4,50	Sangat Setuju
Rata-rata		4,43	

Sumber: Hasil olahan data oleh penulis

Dari hasil rata-rata jawaban responden dalam Tabel 4.5, dapat dilihat bahwa *responsiveness* dari Formula Auto Detailing Tasikmalaya sudah sangat baik. Pernyataan tersebut terlihat dari hasil rata-rata hitung yaitu sebesar 4,43. Responden mengatakan bahwa Formula Auto Detailing Tasikmalaya secara keseluruhan memiliki *responsiveness* yang sangat baik. Hal ini berarti perusahaan sudah cukup responsif dalam memberikan layanan terbaik mereka. Dimensi *responsiveness* dalam kualitas pelayanan dapat dikatakan baik jika Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen, Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu tanggap dalam menanggapi kebutuhan konsumen, dan Formula Auto Detailing Tasikmalaya selalu menyediakan waktu untuk membantu masalah konsumen.

Gambar 4.5

Daya Tanggap Dalam Pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya



Sumber: Dokumentasi pribadi Formula Auto Detailing Tasikmalaya

4.2. Persepsi kepuasan konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya

Berikut ini adalah hasil penilaian dari responden terhadap kepuasan konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya:

Tabel 4.6

Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
1	Formula Auto Detailing Tasikmalaya memberikan layanan yang melebihi harapan konsumen.	4,53	Sangat Setuju
2	Fasilitas Formula Auto Detailing Tasikmalaya melebihi harapan konsumen.	4,48	Sangat Setuju
3	Konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.	4,61	Sangat Setuju

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
4	Konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.	4,66	Sangat Setuju
5	Konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.	4,43	Sangat Setuju
Tabel dilanjutkan ke halaman 45			
6	Konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya bersedia menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.	4,684	Sangat Setuju
7	Konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya bersedia menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.	4,59	Sangat Setuju
8	Konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya	4,62	Sangat Setuju

No	Pernyataan	Rata-rata hitung	Interpretasi
	bersedia menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.		
Rata-rata		4,58	

Sumber: Hasil olahan data oleh penulis

Dari hasil rata-rata jawaban responden dalam Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai kepuasan konsumen dari Formula Auto Detailing Tasikmalaya sudah sangat baik. Pernyataan tersebut terlihat dari hasil rata-rata hitung yaitu sebesar 4,50. Responden secara keseluruhan mengatakan bahwa mereka sangat puas terhadap kualitas pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya.

4.3. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya

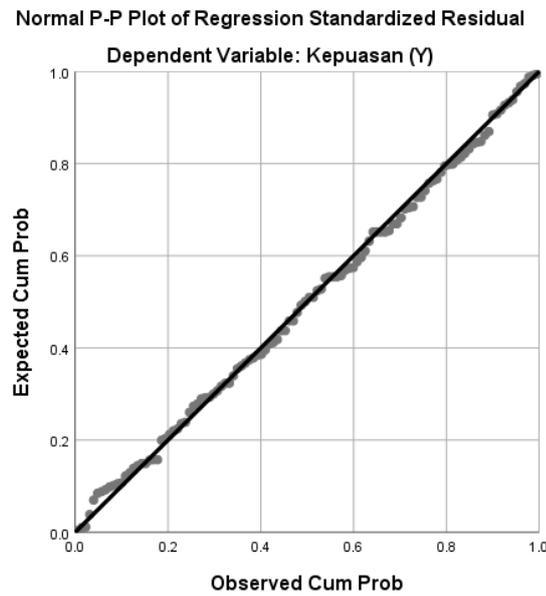
Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak ada masalah dalam asumsi klasik. Namun jika masih terdapat masalah dalam asumsi klasik pada modelnya, maka model regresi tersebut dikatakan bias. Jika model regresi tersebut masih bias, maka harus dilakukan revisi model agar masalah tersebut hilang. Berikut ini adalah pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini.

4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan grafik normal p-plot, melihat grafik histogram, dan *Kolmogorov-Smirnov* untuk melihat apakah ada penyimpangan klasik terhadap data penelitian ini. Grafik normal p-plot digunakan dengan melihat persebaran datanya. Jika pada grafik persebaran datanya mengikuti pola garis lurus maka data tersebut normal.

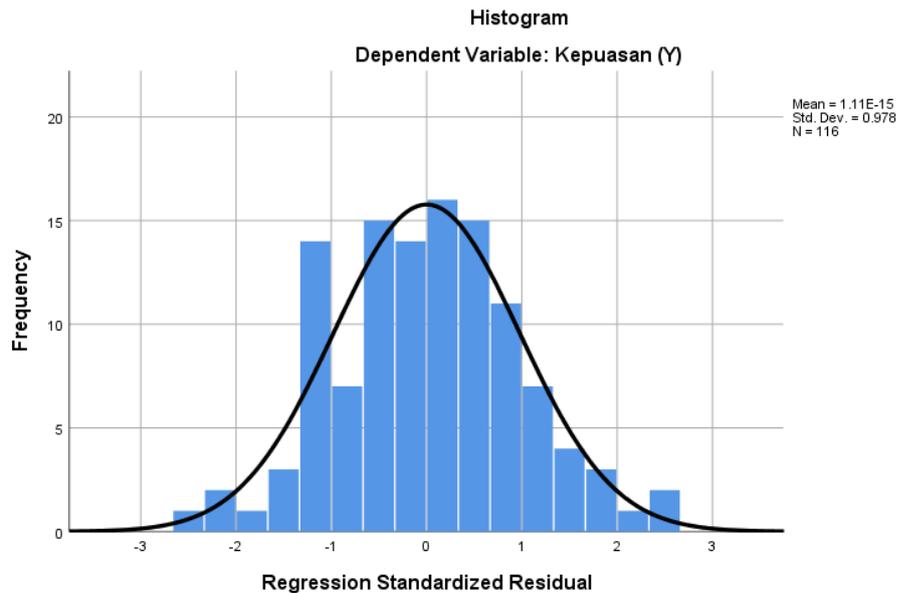
Gambar 4.6

Normal P-Plot Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Variabel
Kepuasan Konsumen (Y) Formula Auto Detailing Tasikmalaya



Sumber: Hasil olahan penulis menggunakan program SPSS
Pada gambar 4.6 dapat dilihat bahwa titik atau data tersebar disekitar dan mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan grafik histogram sebagai berikut:

Gambar 4.7
Grafik Histogram Uji Normalitas



Sumber: Hasil olahan penulis menggunakan program SPSS

Pada gambar 4.7 dapat dilihat bahwa residual data telah menunjukkan bentuk kurva yang normal yaitu membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Untuk lebih memastikan lagi bahwa residual data telah berdistribusi normal, maka peneliti kembali menguji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

Gambar 4.8

Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov untuk Kepuasan Konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value	
N		116	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	36.6120690	
	Std. Deviation	1.70363699	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.064	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.413 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.401
		Upper Bound	.426

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber: Hasil olahan penulis menggunakan program SPSS

Berdasarkan gambar 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorv-Smirnov* signifikan pada $0,413 > 0,05$. Hal ini berarti residual data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

4.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel independen.

Gambar 4.9

Uji Multikolinearitas Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.707	2.711		5.056	.000		
	Tangible (X1)	.312	.125	.246	2.487	.014	.536	1.867
	Emphaty (X2)	.142	.110	.120	1.287	.201	.605	1.652
	Responsiveness (X3)	.274	.182	.157	1.506	.135	.480	2.084
	Assurance (X4)	.172	.166	.098	1.037	.302	.583	1.715
	Reliability (X5)	.329	.155	.212	2.123	.036	.525	1.904

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Output SPSS yang diolah

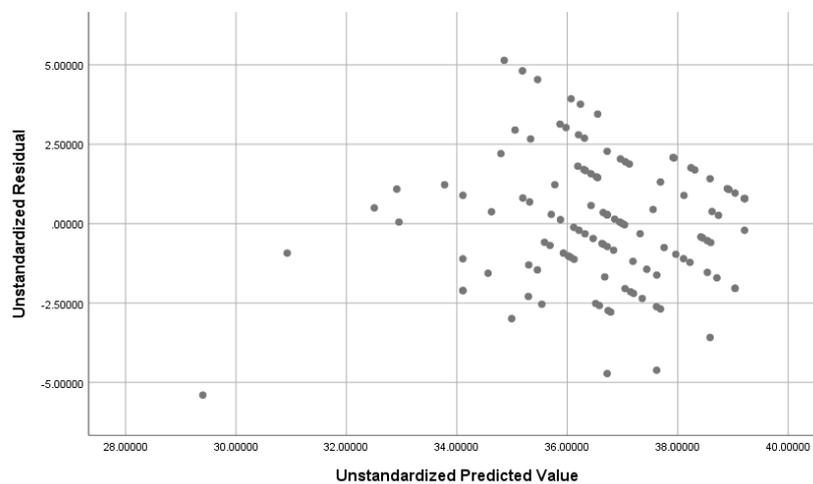
Dari hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan dan diketahui dari gambar 4.9 diatas, nilai *variance inflation factor (VIF)* kedua variabel, yaitu lebih kecil dari 10. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini dilakukan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian. Berikut ini adalah hasil uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini:

Gambar 4.10

Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)



Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan gambar 4.10 di atas, dapat dilihat bahwa *scatterplot* dalam grafik tidak membentuk suatu pola yang teratur. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

4.3.4. Analisis Linear Berganda

A. Model Regresi Sederhana

Model regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui pengaruh variabel dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap variabel terikat. Berikut hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh berdasarkan perhitungan dengan bantuan *software SPSS for Windows 25*:

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	13.707	2.711		5.056	.000		
	Tangible (X1)	.312	.125	.246	2.487	.014	.536	1.867
	Emphaty (X2)	.142	.110	.120	1.287	.201	.605	1.652
	Responsiveness (X3)	.274	.182	.157	1.506	.135	.480	2.084
	Assurance (X4)	.172	.166	.098	1.037	.302	.583	1.715
	Reliability (X5)	.329	.155	.212	2.123	.036	.525	1.904

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Output SPSS yang diolah

Berikut ini adalah persamaan regresi linear yang dibuat berdasarkan tabel 4.7 diatas:

$$Y = 0,246X_1 + 0,120X_2 + 0,157X_3 + 0,098X_4 + 0,212X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pengaruh koefisien regresi variabel bukti fisik (*tangible*) menunjukan arah yang positif terhadap kepuasan konsumen.
- Pengaruh koefisien variabel kepedulian (*empathy*) mempunyai arah positif terhadap kepuasan konsumen.
- Pengaruh koefisien regresi variabel daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai arah positif terhadap kepuasan konsumen.

- d. Pengaruh koefisien regresi variabel jaminan (*assurance*) mempunyai arah positif terhadap kepuasan konsumen.
- e. Pengaruh koefisien regresi variabel keandalan (*reliability*) mempunyai arah positif terhadap kepuasan konsumen.

B. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018), uji F ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Jika nilai F hitung < F tabel (0,05) maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) dalam penelitian ini.

Gambar 4.11
Hasil Uji F Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Variabel
Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	333.774	5	66.755	16.254	.000 ^b
	Residual	451.770	110	4.107		
	Total	785.543	115			

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

b. Predictors: (Constant), Reliability (X5), Emphaty (X2), Tangible (X1), Assurance (X4), Responsiveness (X3)

Sumber: Output SPSS yang diolah

Dapat dilihat pada gambar 4.11 diatas, bahwa hasil uji F antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) pada Formula Auto Detailing Tasikmalaya memiliki hasil signifikansi sebesar $0,000^b < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) pada Formula Auto Detailing Tasikmalaya.

C. Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2018), uji t ini dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah hasil Uji t antara variabel

kualitas pelayanan (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) pada Formula Auto Detailing Tasikmalaya:

Gambar 4.12

Hasil Uji T Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.707	2.711		5.056	.000
	Tangible (X1)	.312	.125	.246	2.487	.014
	Emphaty (X2)	.142	.110	.120	1.287	.201
	Responsiveness (X3)	.274	.182	.157	1.506	.135
	Assurance (X4)	.172	.166	.098	1.037	.302
	Reliability (X5)	.329	.155	.212	2.123	.036

a. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Output SPSS yang diolah

Terlihat pada gambar 4.12 diatas, bahwa hasil dari hasil analisis koefisien regresi untuk variabel x memiliki hasil yang berbeda-beda. Berikut penjelasan mengenai masing-masing setiap variabel dimensi:

1. Variabel Bukti Fisik (*Tangible*)

Berdasarkan hasil dari uji t variabel bukti fisik (*tangible*), menunjukkan nilai $t=2,487$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Arah koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif untuk variabel bukti fisik (*tangible*). Semakin baik bukti fisik (*tangible*) dalam Formula Auto Detailing Tasikmalaya, berarti konsumen akan semakin puas.

2. Variabel Kepedulian (*Empathy*)

Berdasarkan hasil dari uji t variabel empati (*empathy*), menunjukkan nilai $t=1,287$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,201 > 0,05$. Hal ini berarti H_1 ditolak dan H_0 diterima yang menunjukkan bahwa variabel kepedulian (*empathy*) tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan arah koefisien regresi menunjukkan positif berarti

semakin baik kepedulian (*empathy*) dalam Formula Auto Detailing Tasikmalaya, belum tentu konsumen akan semakin puas.

3. Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*), menunjukkan nilai $t=1,506$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,135 > 0,05$. Hal ini berarti H1 ditolak dan H0 diterima yang menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Arah koefisien regresi positif menunjukkan variabel daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh positif. Semakin baik daya tanggap (*responsiveness*) dalam Formula Auto Detailing Tasikmalaya, belum tentu konsumen akan semakin puas.

4. Variabel Jaminan (*Assurance*)

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel jaminan (*assurance*), menunjukkan nilai $t=1,037$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,302 > 0,05$. Hal ini berarti H1 ditolak dan H0 diterima yang menunjukkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Arah koefisien regresi positif berarti variabel jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh positif. Semakin baik daya jaminan (*assurance*) dalam Formula Auto Detailing Tasikmalaya, belum tentu konsumen akan semakin puas.

5. Variabel Keandalan (*Reliability*)

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel keandalan (*reliability*), menunjukkan nilai $t=2,123$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$. Hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima yang menunjukkan bahwa variabel keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Arah koefisien regresi positif berarti variabel keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh positif. Semakin baik keandalan (*reliability*) dalam Formula Auto Detailing Tasikmalaya, berarti konsumen akan semakin puas.

D. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018), uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas yang ada dalam

penelitian ini. Variabel bebas dapat dianggap memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan jika nilai R^2 mendekati angka 1.

Gambar 4.13

Hasil Uji Koefisien Determinasi Antara Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.425	.399	2.027

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

b. Dependent Variable: Kepuasan (Y)

Sumber: Output SPSS yang diolah

Dapat dilihat pada gambar 4.13, bahwa berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai R^2 nya sebesar 0,399. Hal ini berarti 39,9% kepuasan konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Sedangkan 60,1% nya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Formula Auto Detailing Tasikmalaya, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,246X_1 + 0,120X_2 + 0,157X_3 + 0,098X_4 + 0,212X_5$$

Dari persamaan regresi diatas, penulis menarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah yang ingin diteliti oleh peneliti sebagai berikut:

1. Responden mengatakan bahwa Formula Auto Detailing Tasikmalaya secara keseluruhan sudah memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik. Dengan rata-rata hitung untuk dimensi variabel *tangible* sebesar 4,53; *empathy* sebesar 4,53; *responsiveness* sebesar 4,45; *assurance* sebesar 4,53; dan *reliability* sebesar 4,43. Dapat dilihat bahwa seluruh dimensi variabel kualitas pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya sudah di atas 4,21 semua.
2. Responden secara keseluruhan mengatakan bahwa mereka sangat puas terhadap kualitas pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya. Hal ini dapat dilihat dari nilai kepuasan konsumen dari Formula Auto Detailing Tasikmalaya yang sudah sangat baik. Pernyataan tersebut terlihat dari hasil rata-rata hitung yaitu sebesar 4,50.
3. Urutan secara individu dari masing-masing dimensi variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *tangible* dengan koefisien regresi sebesar 0,246; lalu *reliability* dengan koefisien regresi sebesar 0,212; kemudian *responsiveness* dengan koefisien regresi sebesar 0,157; kemudian *empathy* dengan koefisien regresi sebesar 0,120; dan dimensi variabel yang berpengaruh paling rendah adalah *assurance* dengan koefisien regresi sebesar 0,098.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian, hasil analisis, dan pembahasan yang telah dilakukan, berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

1. Bagi perusahaan, sebaiknya lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanan di Formula Auto Detailing Tasikmalaya khususnya terhadap faktor-faktor yang dianggap penting seperti bukti fisik dan keandalan dalam memberikan kepuasan pada konsumen.
 - Dalam kaitannya dengan bukti fisik (*tangible*), Formula Auto Detailing Tasikmalaya perlu melakukan renovasi pada bangunan dengan mengecat ulang tembok-tembok yang kotor, memperbaiki bangunan yang rusak, dan menyediakan ruang tunggu yang lebih nyaman lagi.
 - Dalam kaitannya dengan keandalan (*reliability*), Formula Auto Detailing Tasikmalaya perlu dilakukan penambahan keterampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberi pelatihan berupa *training* dan *development*.
2. Bagi peneliti selanjutnya, bisa meneliti faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen Formula Auto Detailing Tasikmalaya yang belum diteliti dalam penelitian ini.