

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan bukti langsung (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*) daya tangap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen Telaga Futsal serta dimensi kualitas pelayanan yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telaga Futsal. Sesuai dengan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, serta kepentingan pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis Regresi Linier Berganda. Adapun isi dari bab ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, analisis statistik dan pembahasan hasil penelitian.

4.1. Uji Instrumen Penelitian

4.1.1 Uji Validitas

Kuesioner dikatakan valid apabila dalam perhitungan r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1. berikut ;

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r tabel	signifikansi	keterangan
<i>Tangibles</i>	X _{1.1}	0.877	0.2	0.000	valid
	X _{1.2}	0.923	0.2	0.000	valid
	X _{1.3}	0.925	0.2	0.000	valid
	X _{1.4}	0.911	0.2	0.000	valid
<i>Reliability</i>	X _{2.1}	0.852	0.2	0.000	valid
	X _{2.2}	0.847	0.2	0.000	valid
	X _{2.3}	0.848	0.2	0.000	valid
	X _{2.4}	0.760	0.2	0.000	valid
<i>Responsiveness</i>	X _{3.1}	0.844	0.2	0.000	valid
	X _{3.2}	0.824	0.2	0.000	valid
	X _{3.3}	0.848	0.2	0.000	valid
	X _{3.4}	0.812	0.2	0.000	valid

<i>Assurance</i>	X _{4.1}	0.765	0.2	0.000	valid
	X _{4.2}	0.830	0.2	0.000	valid
	X _{4.3}	0.852	0.2	0.000	valid
	X _{4.4}	0.713	0.2	0.000	valid
<i>Empathy</i>	X _{5.1}	0.743	0.2	0.000	valid
	X _{5.2}	0.810	0.2	0.000	valid
	X _{5.3}	0.833	0.2	0.000	valid
	X _{5.4}	0.764	0.2	0.000	valid
<i>Kepuasan</i>	Y _{1.1}	0.740	0.2	0.000	valid
	Y _{1.2}	0.782	0.2	0.000	valid
	Y _{1.3}	0.796	0.2	0.000	valid
	Y _{1.4}	0.831	0.2	0.000	valid
	Y _{1.5}	0.797	0.2	0.000	valid

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat diketahui nilai hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih besar dari 0,2 dan signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Artinya seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian

4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Crobach's Coefficient Alpha*. Nilai yang dapat dikatakan reliabel jika koefisien alpha lebih besar atau sama dengan 0,6. Hasil uji reliabilitas diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2
Hasil pengujian reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Tangibles</i>	0.845	0.6	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.845	0.6	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.849	0.6	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.801	0.6	Reliabel
Empati	0.788	0.6	Reliabel
Kepuasan	0.841	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti Tabel 4.2, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan handal / reliabel. Artinya kuesioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan suatu gambaran mengenai responden dalam penelitian ini, terutama variabel penelitian yang digunakan. Analisis deskriptif membahas mengenai karakteristik dan penilain konsumen yang disusun dalam tabulasi data. Untuk mendukung keakuratan hasil maka perlu dilakukan interpretasi dan pendefinisian dari data – data tersebut.

4.2.1. Analisis Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	96	100%
Wanita	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 100% responden adalah laki-laki dan tidak ada responden perempuan. Hal ini disebabkan karena jenis olah raga Futsal sangat identik dengan olah raga untuk kalangan laki-laki, dan masih sedikit peminat perempuan untuk bermain Futsal.

b. Usia

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan usia seperti ditunjukkan pada tabel berikut:.

Tabel 4.4
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
<30 tahun	57	59.4%
31 - 40 tahun	31	32.3%
41 - 50 tahun	8	8.3%
> 51 tahun	0	0.0%
Total	96	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa konsumen pengguna jasa Telaga Futsal di Yogyakarta mayoritas berusia kurang dari 30 tahun yaitu sebesar 59,4%. Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia antara 31 - 40 tahun sebesar 32,3%, berusia

antara 41 – 50 tahun sebesar 8,3%, dan tidak ada responden yang berusia lebih dari 51 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan utama Telaga Futsal di Yogyakarta adalah berusia muda, karena pada usia ini lebih cocok untuk melakukan kegiatan olah raga seperti futsal

c. Pendidikan Responden

Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel

4.5.

Tabel 4.5
Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
< SLTA	12	12.5%
SLTA	27	28.1%
Diploma	10	10.4%
Sarjana (S1)	42	43.8%
Sarjana (S2/S3)	5	5.2%
Total	96	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden mayoritas Sarjana (S1) yaitu sebesar 43,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Telaga Futsal di Yogyakarta adalah berpendidikan tinggi, karena lokasi futsal ini dekat dengan kampus, sehingga sebagian besar segmen konsumennya mahasiswa..

d. Pekerjaan Responden

Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel

4.6.

Tabel 4.6
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	48	50.0%
Pegawai Negeri	11	11.5%
Karyawan	25	26.0%
Wiraswasta	12	12.5%
Total	96	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 50%, karyawan sebesar 26,16%, wiraswasta sebesar 12,5%, dan pegawai negeri sebesar 11,5%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Telaga Futsal di Yogyakarta mayoritas adalah pelajar/mahasiswa, ini disebabkan karena disebabkan karena kebutuhan mahasiswa untuk melakukan aktivitas di luar kuliah cukup banyak dan salah satunya kegiatan yang positif adalah bermain futsal.

4.2.2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian

Untuk menginterpretasikan dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dapat ditentukan dengan nilai rata-rata yang berpedoman pada batasan-batasan sebagai berikut :

Skor persepsi minimum adalah : 1

Skor persepsi maksimum adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,79 = Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Puas

1,80 – 2,59 = Tidak Baik/Tidak Puas

- 2,60 – 3,39 = Cukup
 3,40 – 4,19 = Baik/ Puas
 4,20 – 5,00 = Sangat Baik/ Sangat Puas

a. Analisis Deskriptif Dimensi *Tangibles*

Hasil analisis deskriptif dimensi *Tangibles* dapat ditunjukkan pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Deskriptif Dimensi *Tangibles*

No. Pertanyaan	Indikator	Rata - rata	Kategori
Pertanyaan 1	Telaga Futsal mempunyai ruang tunggu yang nyaman	4.15	Cukup
Pertanyaan 2	Telaga Futsal mempunyai lapangan sesuai standar lapangan futsal	4.18	Baik
Pertanyaan 3	Telaga Futsal mempunyai kamar ganti yang bersih	4.04	Baik
Pertanyaan 4	Telaga Futsal mempunyai fasilitas yang lengkap	4.29	Sangat Baik
Rata - rata total		4.16	Baik

Sumber ; Data primer diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen, rata – rata memberikan penilaian sebesar 4,16 (baik) terhadap dimensi *Tangibles*. Penilaian responden pada dimensi *Tangibles* tertinggi adalah pada indikator Telaga Futsal mempunyai fasilitas yang lengkap dengan rata – rata sebesar 4,29 (sangat baik) dan penilaian terendah adalah pada indikator Telaga Futsal mempunyai kamar ganti yang bersih yaitu dengan rata – rata sebesar 4,04 (baik).

b. Analisis Deskriptif Dimensi *Reliability*

Hasil analisis deskriptif dimensi *Reliability* dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Deskriptif Dimensi *Reliability*

No. Pertanyaan	Indikator	Rata - rata	Kategori
Pertanyaan 1	Karyawan mempunyai kecepatan dalam pelayanan	4.04	Baik
Pertanyaan 2	karyawan menangani masalah dengan segera.	4.14	Baik
Pertanyaan 3	Karyawan selalu menepati janji	4.00	Baik
Pertanyaan 4	Karyawan mempunyai catatan bebas dari kesalahan	3.40	Baik
Rata - rata total		3.89	Baik

Sumber ; Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Reliability* adalah sebesar 3,89 (baik). Penilaian tertinggi pada pertanyaan karyawan menangani masalah dengan segera dengan skor rata – rata sebesar 4,14 dan penilaian terendah adalah Karyawan mempunyai catatan bebas dari kesalahan dengan rata – rata skor sebesar 3,40. Hal ini berarti konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi *Reliability* pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta karena berada pada interval 3,40 – 3,19. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *Reliability* mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

c. Analisis Deskriptif Dimensi *Responsiveness*

Hasil analisis deskriptif dimensi *Responsiveness* dapat ditunjukkan pada tabel

4.9 berikut:

Tabel 4.9
Deskriptif Dimensi *Responsiveness*

No. Pertanyaan	Indikator	Rata - rata	Kategori
Pertanyaan 1	ketersediaan membantu konsumen	4.08	Baik
Pertanyaan 2	pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit.	4.10	Baik
Pertanyaan 3	Respon yang cepat dari karyawan	3.92	Baik
Pertanyaan 4	Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan	4.14	Baik
Rata - rata total		4.06	Baik

Sumber ; Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap *Responsiveness* adalah sebesar 4,06 (baik). Penilaian tertinggi pada pertanyaan Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukan dengan skor rata – rata sebesar 4,14 dan penilaian terendah pada Respon yang cepat dari karyawan dengan rata – rata 3,92 (baik). Hal ini berarti konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi *Responsiveness* pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *Responsiveness* mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

d. Analisis Deskriptif Dimensi Assurance

Hasil analisis deskriptif dimensi Assurance dapat ditunjukkan pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Deskriptif Dimensi Assurance

No. Pertanyaan	Indikator	Rata - rata	Kategori
Pertanyaan 1	karyawan yang professional dibidangnya	4.14	Baik
Pertanyaan 2	konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi.	4.18	Baik
Pertanyaan 3	Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan	4.19	Baik
Pertanyaan 4	Kemudahan dalam pembayaran	3.96	Baik
Rata - rata total		4.11	Baik

Sumber ; Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap assurance adalah sebesar 4,11 (baik). Penilaian tertinggi pada Karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan dengan skor rata – rata sebesar 4,19, dan penilaian terendah pada Kemudahan dalam pembayaran dengan skor rata – rata sebesar 3,96. Hal ini berarti konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi assurance pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi assurance mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

e. Analisis Deskriptif Dimensi Empathy

Hasil analisis deskriptif dimensi Empathy dapat ditunjukkan pada tabel 4.11

berikut:

Tabel 4.11
Deskriptif Dimensi Empathy

No. Pertanyaan	Indikator	Rata - rata	Kategori
Pertanyaan 1	Karyawan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	3.28	Cukup
Pertanyaan 2	karyawan memberi perhatian khusus kepada konsumen.	3.22	Cukup
Pertanyaan 3	Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen	4.06	Baik
Pertanyaan 4	Karyawan yang ramah dan sopan	3.25	Cukup
Rata - rata total		3.45	Baik

Sumber ; Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap empathy adalah sebesar 3,45 (baik). Penilaian tertinggi pada pertanyaan Karyawan mengutamakan kepentingan konsumen dengan skor rata – rata sebesar 4,06 dan penilaian terendah pada karyawan memberi perhatian khusus kepada konsumen dengan skor rata – rata sebesar 3,22. Hal ini berarti konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi empathy pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *empathy* mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

f. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan konsumen

Hasil analisis deskriptif dimensi Empathy dapat ditunjukkan pada tabel 4.12

berikut:

Tabel 4.12
Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

No. Pertanyaan	Indikator	Rata - rata	Kategori
Pertanyaan 1	Saya puas dengan fasilitas fisik yang menunjang pelayanan di Telaga Futsal	3.99	Puas
Pertanyaan 2	Saya puas dengan kehandalan Telaga Futsal dalam melayani konsumen	3.85	Puas
Pertanyaan 3	Saya puas dengan daya tanggap Telaga Futsal dalam melayani konsumen	3.92	Puas
Pertanyaan 4	Saya puas dengan jaminan kualitas pelayanan yang diberikan Telaga Futsal	4.20	Sangat Puas
Pertanyaan 5	Saya puas dengan tingkat <i>Empathy</i> Telaga Futsal dalam melayani konsumen	4.17	Puas
Rata - rata total		4.03	Puas

Sumber : Data primer diolah, 2018

Hasil deskriptif terhadap kepuasan konsumen memiliki rata-rata sebesar 4,03.

Hal ini berarti konsumen telah merasa puas terhadap kualitas pelayanan jasa Telaga Futsal di Yogyakarta karena berada pada interval 3,40 – 4,19. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas dengan dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang diberikan oleh jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen. Uji hipotesis digunakan uji f, uji t, korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

4.3.1 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan

Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Regreccion Coeficient	Beta	T _{hitung}	p-value	Keterangan
(Constant)	0.225		0.933	0.353	
<i>Tangibles</i>	0.219	0.282	5.241	0.000	Signifikan
<i>Reliability</i>	0.113	0.164	2.475	0.015	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	0.185	0.265	3.846	0.000	Signifikan
<i>Assurance</i>	0.236	0.316	4.592	0.000	Signifikan
Empathy	0.211	0.221	3.547	0.001	Signifikan
F hitung	= 56.263		Multiple R	= 0.870	
Sig	= 0.000		Adj.R square	= 0.744	

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Pada Tabel 4.13 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,225 + 0,219X_1 + 0,113X_2 + 0,185X_3 + 0,236X_4 + 0,211X_5$$

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta (Y) adalah sebesar 0,225. Maka jika tidak ada variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, yang mempengaruhi Kepuasan konsumen, maka kepuasan konsumen akan sebesar 0,225 satuan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen akan rendah apabila pemasar jasa Telaga Futsal di Yogyakarta tidak memperhatikan kelima dimensi di atas.

Variabel *Tangibles* (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien positif sebesar 0,219. Berarti bila kualitas pelayanan pada *Tangibles* (X_1) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,219 dengan anggapan variabel *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5), tetap. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan pada *Tangibles* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Variabel *Reliability* (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,113. Berarti apabila *Reliability* (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,113 dengan anggapan variabel *Tangibles* (X_1), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5), tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada *Reliability* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen..

Variabel *Responsiveness* (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,185 Berarti apabila *Responsiveness* (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,185 dengan anggapan *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5), tetap. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan pada *Responsiveness* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Variabel *Assurance* (X_4) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,236. Berarti apabila *Assurance* (X_4) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,236 dengan anggapan *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), dan empati (X_5) tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada *assurance* maka semakin baik pula kepuasan konsumen..

Variabel Empati (X_5) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,211. Berarti apabila Empati (X_5) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,211 dengan anggapan *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), dan *assurance* (X_4) tetap.

Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan pada empathy maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

4.3.2 Uji F

Hasil uji F seperti pada tabel 4.14 diperoleh F_{hitung} sebesar 56,263 dan $p-value$ sebesar 0,000 ($p < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak Kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangibles*, *reability*, *Responsiveness*, *assurance*, dan *Emphaty*, terhadap Kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

4.3.3 Uji t (Parsial)

Uji t merupakan uji statistic yang telah dipergunakan secara luas dalam analisis regresi untuk menguji hipotesis yang koefisiennya berbeda dari nol.

a) Pengujian secara parsial pada variabel *Tangibles*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Tangibles* (X_1) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 5,241 dan sig ($p-value$) sebesar 0,000 yang berarti $p = 0,000 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh variabel *Tangibles* secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

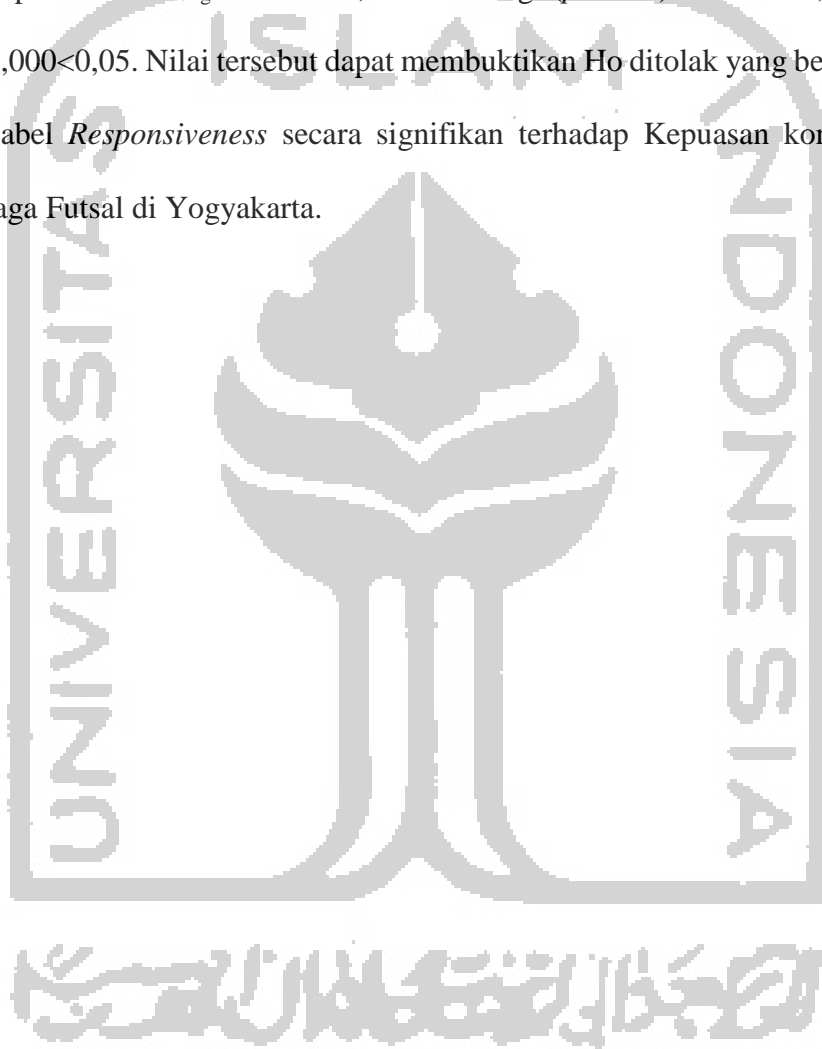
b) Pengujian secara parsial pada variabel *Reliability*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Reliability* (X_2) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 2,475 dan sig ($p-value$) sebesar 0,015 yang berarti $p = 0,015 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh

variabel *Reliability* secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

c) Pengujian secara parsial pada variabel *Responsiveness*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (X_3) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 3,846 dan sig (*p-value*) sebesar 0,000 yang berarti $p=0,000 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh variabel *Responsiveness* secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.



d) Pengujian secara parsial pada variabel *Assurance*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Assurance* (X_4) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 4,592 dan sig (p -value) sebesar 0,000 yang berarti $p=0,000 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh variabel *Assurance* secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

e) Pengujian secara parsial pada variabel *Empathy*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Empathy* (X_5) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 3,547 dan sig (p -value) sebesar 0,001 yang berarti $p=0,001 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh variabel *Empathy* secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

4.3.4 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya prosentase variasi dari variabel independent yang dapat dijelaskan oleh variabel – variabel dependen. Pada Tabel 4.13 menunjukkan besarnya koefisien *adjusted R Square* ($adj.R^2$) = 0,744 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama–sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 74,4% sisanya sebesar 25,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, misalnya promosi, *brand image*, *product feature*, dan lain – lain.

4.3.5 Analisis Variabel Dominan

Untuk mengetahui pengaruh yang dominan digunakan koefisien determinasi parsial ($r^2_{partial}$), seperti tampak pada Tabel 4.14

Tabel 4.14.

Koefisien Determinasi Partial

Variabel	r partial	r^2 partial
Tangible	0.484	0.234
Reliability	0.252	0.064
Responsiveness	0.376	0.141
<i>Assurance</i>	0.436	0.190
Empathy	0.350	0.123

Koefisien determinasi partial (r^2_{partial}) digunakan untuk mengetahui tingginya derajat hubungan antara satu variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y), jika variabel independent (X) yang lain dianggap konstan. Variabel yang memiliki r^2_{partial} terbesar menunjukkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

- a. Koefisien determinasi partial (r^2_{partial}) variabel *Tangibles* sebesar 0,234, artinya terdapat pengaruh positif sebesar 23,4% antara variabel *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta pada dimensi *Tangibles* maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
- b. Koefisien determinasi partial (r^2_{partial}) variabel *Reliability* sebesar 0,064, artinya terdapat pengaruh positif sebesar 6,4% antara variabel *Reliability* terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa Telaga Futsal di Yogyakarta pada dimensi *Reliability* maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
- c. Koefisien determinasi partial (r^2_{partial}) variabel *Responsiveness* sebesar 0,141, artinya terdapat pengaruh positif sebesar 14,1% antara

variabel *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa Telaga Futsal di Yogyakarta pada dimensi *Responsiveness* maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

- d. Koefisien determinasi parsial (r^2_{partial}) variabel *assurance* sebesar 0,190, artinya terdapat pengaruh positif sebesar 19% antara variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa Telaga Futsal di Yogyakarta pada dimensi *Empathy* maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
- e. Koefisien determinasi parsial (r^2_{partial}) variabel *Emphaty* sebesar 0,123, artinya terdapat pengaruh positif sebesar 12,3% antara variabel *Emphaty* terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa Telaga Futsal di Yogyakarta pada dimensi *Emphaty* maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

Dari analisis kelima variabel tersebut di atas koefisien determinasi parsial (r^2_{partial}) terbesar ditunjukkan oleh variabel *Tangibles* (X_1) sebesar 0,234. Dengan demikian untuk variabel *Tangibles* (X_1) mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan konsumen.

4.4 Pembahasan dan Implikasi

Hasil analisis regresi linier berganda pada persamaan menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangibles*, *realibility*, *Responsiveness*, *assurance*, dan *Emphaty* secara bersama-sama terhadap kepuasan

konsmen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta. Hal ini berarti *Tangibles*, *realibility*, *Responsiveness*, *assurance*, dan *Emphaty* telah mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen jasa Telaga Futsal di Yogyakarta.

Hasil penelitian ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Putra (2009) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan (*Tangibles*, *empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *assurance*) bank yang dirasakan oleh nasabah produk BNI Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja hubungan nasabah (obligasi keuangan, obligasi sosial, obligasi penyesuaian)..

Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen. Ditinjau dari kepuasan konsumen menunjukkan bahwa secara rata-rata konsumen jasa Telaga Futsal di Yogyakarta menunjukkan dalam kriteria yang puas.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan pada dimensi *Tangibles* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen Hal ini disebabkan karena atribut bukti langsung berkaitan dengan layanan jasa yang diberikan oleh Telaga Futsal Yogyakarta yang dapat dilihat langsung oleh konsumen, meliputi seperti ruang tunggu yang nyaman, lapangan sesuai standar lapangan futsal, mempunyai kamar ganti yang bersih dan mempunyai fasilitas yang

lengkap, sehingga semakin baik bukti fisik Telaga Futsal Yogyakarta ini maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat.

Pada variabel *Reliability* menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika kualitas layanan jasa pada dimensi *Reliability* semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena dimensi *Reliability* merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Keandalan pelayanan yang diberikan Telaga Futsal Yogyakarta seperti Karyawan mempunyai kecepatan dalam pelayanan, karyawan menangani masalah dengan segera, Karyawan selalu menepati janji dan Karyawan mempunyai catatan bebas dari kesalahan maka keandalan pelayanan ini akan mampu memenuhi harapan konsumen sehingga akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

Secara parsial menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan variabel *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada jasa Telaga Futsal di Yogyakarta. Hal ini berarti semakin tinggi *Responsiveness* maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. *Responsiveness* adalah kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan, jika karyawan Telaga Futsal Yogyakarta bersedia membantu setiap kesulitan dan keluhan pelanggan dengan tulus dan penuh perhatian maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Kualitas pelayanan pada dimensi *Responsiveness* ini seperti ketersediaan membantu konsumen, pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit, Respon yang cepat dari karyawan, dan Karyawan memberitahu konsumen kapan layanan yang akan dilakukanse hingga harapan konsumen akan daya tanggap dari pihak jasa layanan Futsal akan secara tercapai.

Pada variabel *assurance* menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada dimensi *assurance* semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hasil juga menunjukkan bahwa dimensi *assurance* merupakan dimensi yang paling memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal ini disebabkan karena kemampuan Telaga Futsal Yogyakarta dalam memberikan jaminan seperti karyawan yang profesional dibidangnya, konsumen merasakan aman dalam melakukan transaksi, karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan dan ada akses kemudahan dalam pembayaran maka hal ini akan membentuk persepsi akan asuransi layanan yang baik sehingga kepuasan konsumen terhadap jasa Telaga Futsal di Yogyakarta semakin meningkat.

Pada variabel empati menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada dimensi empati semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena karyawan Telaga Futsal Yogyakarta telah memberikan perhatian yang besar kepada pelanggan seperti Karyawan bersedia memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen, bersedia memberi perhatian khusus kepada konsumen, dapat mengutamakan kepentingan konsumen dan berperilaku ramah dan sopan maka bentuk perhatian ini akan mampu memenuhi harapan konsumen akan layanan yang memuaskan.

Dari hasil analisis tersebut maka dapat disampaikan beberapa strategi pemasaran sebagai berikut :

1. **Strategi pada Dimensi *Tangibel* (Dominan)**

Strategi pada dimensi *Tangibles* terutama pada item yang memiliki penilaian paling rendah yaitu kamar ganti yang bersih. Untuk itu kondisi fasilitas kamar ganti ini perlu

diperhatikan oleh manajemen misalnya dengan menyediakan meja dan almari yang tertata dengan rapi dan selalu terjaga tingkat kebersihannya.

Strategi Dimensi *Reliability*

Pada dimensi *Reliability*, strategi yang hendaknya dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi *Reliability* adalah meningkatkan kemampuan karyawan agar tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan. Hal ini penting karena kesalahan yang dilakukan karyawan akan berdampak pada kepuasan, misalnya kesalahan dalam pencatatan jadwal pertandingan, atau sistem antrian yang tidak adil, sehingga dapat menimbulkan kekecewaan.

2. Strategi Dimensi *Responsiveness*

Untuk dimensi *Responsiveness*, sebaiknya pihak Telaga Futsal Yogyakarta dapat meningkatkan *Responsiveness* terutama pada item respon cepat karyawan. Untuk itu perlu adanya pelatihan yang diberikan kepada karyawan agar mampu memberikan pelayanan cepat dan tepat. Setiap keluhan yang disampaikan oleh konsumen hendaknya dapat direspon dengan cepat untuk dilakukan perbaikan atau minimal ada penjelasan dan komunikasi dari pihak manajemen.

3. Strategi Dimensi *Assurance*

Strategi yang diterapkan dalam meningkatkan dimensi assurance terutama dalam hal kemudahan dalam pembayaran. Sistem pembayaran hendaknya tidak hanya sistem konvensional, tetapi dapat mengikuti perkembangan teknologi informasi yang ada misalnya melalui e-money, yang dapat diakses dengan mudah melalui telepon seluler.

4. Strategi Dimensi *Emphaty*

Untuk dimensi *Emphaty*, terutama pada dimensi pelayan karyawan yang ramah dan sopan. Sikap selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan ini penting, sejak konsumen datang, sikap ini harus ditunjukkan oleh setiap karyawan, agar memberikan kesan bahwa jasa Futsal ini peruh dengan keramahan seperti seakan di rumah sendiri, sehingga dapat meningkatkan hubungan yang baik antara konsumen dengan penyedia jasa.

