

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam analisis ini digunakan 2 pendekatan yaitu analisis yang berupa kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif merupakan analisis yang memberikan keterangan atau gambaran yang jelas tentang obyek yang diteliti, yang akan diterangkan dalam bentuk tabulasi dan prosentase. Sedangkan analisis kuantitatif dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif atau tidak antara Dimensi kualitas jasa dengan Kepuasan Konsumen.

#### **4.1 Analisis Kualitatif**

Analisis Dimensi kualitas jasa diuraikan berdasarkan masing-masing prinsip-prinsip Dimensi kualitas jasa dan berdasarkan total skor nilai kuisisioner.

Dari seluruh kuisisioner yang terkumpul dengan responden berjumlah 100 orang pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta, dapat dilakukan analisis deskriptif terhadap data-data yang ada mengenai jenis kelamin, Usia dan Pendidikan.

##### **4.1.1 Profil Responden**

###### **a. Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin**

Berdasarkan jenis kelaminnya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.1  
Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Dalam angka	Prosentase
1.	Laki – laki	0	0%
2.	Perempuan	100	100%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa seluruh responden yang ada adalah berjenis kelamin perempuan atau sebanyak 100 orang, sedangkan jenis kelamin laki-laki tidak ada. Dapat diketahui dari data tersebut bahwa *Natasha Skin Care* mempunyai konsumen yang sebagian besar adalah perempuan, hal ini dapat dipahami Karena perempuan memiliki keinginan yang besar untuk selalu merawat kulitnya agar selalu bisa tampil cantik dan segar.

#### b. Klasifikasi Responden Menurut Usia

Berdasarkan usianya dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.2  
Klasifikasi Responden Menurut Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	
		Dalam angka	Prosentase
1.	Di bawah 25 tahun	41	34%
2.	26 tahun – 45 tahun	54	54%
3	Di atas 46 Tahun	5	5%
	Total	100	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia di bawah 25 tahun sebanyak 41 orang atau sebesar 41%, konsumen yang berusia antara 36 sampai dengan 45 tahun sebanyak 54

orang atau sebesar 54% dan sisanya berusia diatas 46 tahun sebanyak 5 Orang atau sebesar 5%. Dari data tersebut diketahui bahwa responden terbanyak adalah konsumen yang berusia diantara 26 tahun sampai dengan 45 tahun, kemudian diikuti konsumen yang berusia dibawah 25 tahun sebanyak 41 orang dan terakhir konsumen yang berusia di atas 46 tahun sebanyak 5 orang. Hal ini dapat dipahami karena dalam usia 26 tahun hingga 45 tahun adalah masa dimana wanita masih sangat ingin selalu tampil cantik dan dimana di usia tersebut wanita sudah mulai menganggarkan dana untuk merawat kulit mereka.

### c. Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.3  
Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	
		Dalam angka	Prosentase
1.	Pelajar	4	4%
2.	Mahasiswa	39	28%
3.	Pegawai/karyawan	43	43%
5.	Lain-lain	14	14%
	Total	100	100%

Sumber : Data Primer

Dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang terbanyak adalah pegawai / karyawan yaitu sebanyak 43 orang atau sebesar 43%, responden mahasiswa sebanyak 39 orang atau 28%, pelajar sebanyak 4 orang atau 4% dan terakhir responden yang berprofesi lain-lain adalah sebanyak 14 orang. Dapat diketahui bersama bahwa

responden terbanyak adalah yang berprofesi sebagai pegawai/karyawan, yang kemudian diikuti oleh mahasiswa. Hal ini dapat dipahami karena bagi mereka yang bekerja ataupun mahasiswa sudah menjadi tuntutan bagi mereka untuk selalu tampil menarik dalam kesehariannya serta kesadaran dalam merawat kulitpun cukup tinggi.

#### 4.2 Analisis Kuantitatif

Sebelumnya telah disebutkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa yang meliputi Keandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati dan Bukti fisik terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu juga ingin mengetahui kualitas jasa manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, digunakan metode analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui suatu persamaan regresi yang dapat menunjukkan ada tidaknya pengaruh variabel bebas Keandalan ( $X_1$ ), Tanggapan ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Empati ( $X_4$ ) dan Bukti fisik ( $X_5$ ) secara bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen ( $Y$ ).

Sedangkan uji serentak (Uji-F) dan uji Parsial (Uji-t) pada proses pengolahan data, perhitungan yang ada dilakukan oleh komputer dengan menggunakan program Microsta.

Bentuk umum dari persamaan Regresi Linier Berganda dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 \chi_1 + b_2 \chi_2 + b_3 \chi_3 + b_4 \chi_4 + b_5 \chi_5$$

Keterangan :

Y = Nilai Kepuasan Konsumen

X<sub>1</sub> = Keandalan (*Reliability*)

X<sub>2</sub> = Tanggapan (*Responsivness*)

X<sub>3</sub> = Jaminan (*Assurance*)

X<sub>4</sub> = Empati (*Emphaty*)

X<sub>5</sub> = Bukti fisik (*Tangible*)

B<sub>0</sub> = konstanta

b<sub>1</sub> , b<sub>2</sub> , b<sub>3</sub> , b<sub>4</sub> , b<sub>5</sub> = Koefisien regresi

#### 4.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji keberartian pengaruh kualitas jasa yaitu meliputi Keandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati dan Bukti fisik terhadap Kepuasan konsumen yang dilakukan melalui metode pengujian koefisien regresi berganda, baik secara serentak maupun parsial.

##### a. Uji Serentak atau Uji – F

Untuk menguji kebenaran hipotesis I yang diajukan yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas jasa yaitu Keandalan (X<sub>1</sub>), Tanggapan (X<sub>2</sub>), Jaminan (X<sub>3</sub>), Empati (X<sub>4</sub>) dan Bukti fisik (X<sub>5</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan uji-F, yaitu

merupakan uji serentak untuk menganalisa secara kuantitatif hipotesis yang diajukan. Dengan kata lain uji-F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Hasil perhitungan untuk analisa ini dapat dilihat pada tabel 4.4 :

Tabel 4.4  
Hasil Perhitungan Analisis Kualitas Jasa Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	T <sub>hitung</sub>	Probabilitas	Keterangan
Kepuasan konsumen (Y)	Kehandalan. $\chi_1$	0.226	2.352	0.021	Signifikan
	Tanggapan. $\chi_2$	0.226	2.397	0.019	Signifikan
	Jaminan. $\chi_3$	0.325	2.772	0.007	Signifikan
	Empati. $\chi_4$	0.162	2.247	0.027	Signifikan
	Bukti fisik. $\chi_5$	0.107	2.039	0.044	Signifikan
Konstanta = 13.860			F <sub>ratio</sub> = 33.912		
R Square = 0.643			Probabilitas = 0.000		
Multiple R = 0.802			n = 100		

Sumber : Lampiran D

Berdasarkan angka-angka pada perhitungan dalam tabel 4.4 diatas, maka persamaan regresinya :

$$Y = b_0 + b_1 \chi_1 + b_2 \chi_2 + b_3 \chi_3 + b_4 \chi_4 + b_5 \chi_5$$

$$Y = 13.860 + 0.226 (\chi_1) + 0.226 (\chi_2) + 0.325 (\chi_3) + 0.162 (\chi_4) + 0.107 (\chi_5)$$

Pada uji serentak atau uji-F ini adalah membuktikan kebenaran hipotesis I yang diajukan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kehandalan ( $X_1$ ), Tanggapan ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Empati ( $X_4$ ) dan Bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Natasha Skin care Jl. Laksda adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta.

Dari angka-angka dalam tabel 4.4 diketahui bahwa besarnya F<sub>ratio</sub> adalah 33.912 sedangkan probabilitasnya sebesar 0.000. Kondisi ini

menunjukkan bahwa pada taraf 5%, Keandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati dan Bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Natasha *Skin care* Jl. Laksda Adi Sutjipto No.39 Yogyakarta. Sehingga berdasarkan data-data hasil analisis kuantitatif, maka hipotesis I yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Keandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati dan Bukti fisik terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Natasha *Skin care* Jl. Laksda Adi Sutjipto No.39 Yogyakarta terbukti, karena  $F_{ratio} > F_{tabel}$  sehingga semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya.

Besarnya kontribusi seluruh variabel X dan Y ditunjukkan oleh angka R Squared ( $R^2$ ) dari variabel  $\chi$  sebesar 0.643 atau 64.3%. Artinya bahwa seluruh variabel ( $\chi_1, \chi_2, \chi_3, \chi_4, \chi_5$ ) yang digunakan dalam persamaan regresi ini secara bersama-sama mampu memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Natasha *Skin care* Jl. Laksda Adi Sutjipto No.39 Yogyakarta sebesar 64.3%. Sedangkan variabel bebas lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini kontribusi sebesar 35.7%.

Untuk melihat keeratan hubungan atau korelasi antara Keandalan ( $X_1$ ), Tanggapan ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Empati ( $X_4$ ) dan Bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) ditunjukkan oleh angka regresi sebesar 0.802 atau sebesar 80.2%. Nilai ini relatif besar untuk menunjukkan demikian eratnya hubungan antara variabel bebas  $\chi_1, \chi_2, \chi_3, \chi_4$  dan  $\chi_5$  terhadap variabel terikatnya (Y).

### b. Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis II dilakukan melalui uji-t. Uji parsial atau uji-t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas  $\chi_1, \chi_2, \chi_3, \chi_4$  dan  $\chi_5$  terhadap variabel terikat (Y). Dengan melakukan uji-t ini, hipotesis II yang menyatakan bahwa Jaminan memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta akan dibuktikan kebenarannya.

Langkah yang harus dilakukan adalah membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf nyata 5%. Adapun hasil analisis dilihat pada tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5  
Perbandingan Antara  $t_{hitung}$  Dengan  $T_{tabel}$  masing-masing Variabel Bebas Pada Taraf Nyata 5%

No.	Variabel Bebas	$T_{hitung}$	$T_{tabel}$	Keterangan
1.	Kehandalan. $\chi_1$	2.352	1.65	$t_{hitung} > t_{tabel}$
2.	Tanggapan. $\chi_2$	2.397	1.65	$t_{hitung} > t_{tabel}$
3.	Jaminan. $\chi_3$	2.772	1.65	$t_{hitung} > t_{tabel}$
4.	Empati. $\chi_4$	2.247	1.65	$t_{hitung} > t_{tabel}$
5.	Bukti fisik. $\chi_5$	2.039	1.65	$t_{hitung} > t_{tabel}$

Sumber : Lampiran D

Dari tabel 4.5 terlihat bahwa kelima variabel bebas  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut pada taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% mempunyai pengaruh yang berarti terhadap Kepuasan Konsumen pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta.

Selanjutnya, untuk membuktikan kebenaran hipotesis II adalah dengan melihat besarnya  $t_{hitung}$  masing-masing variabel bebas. Ternyata

variabel  $\chi_3$  atau Jaminan memiliki  $t_{hitung}$  terbesar yaitu sebesar 2.772. Hal ini berarti bahwa dari kelima variabel bebas yang digunakan dalam model ini, variabel  $\chi_3$  mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta, sehingga hipotesis II yang menyatakan bahwa kualitas jasa Jaminan memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta **diterima**.

Besarnya pengaruh kualitas jasa Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta, dapat dipahami karena untuk menilai dimensi kualitas jasa terhadap Kepuasan Konsumen, kualitas jasa Jaminan akan menjadi salah satu hal terpenting yang akan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen yang akan memilih suatu klinik perawatan kulit, karena dengan adanya jaminan konsumen akan merasa tenang dan aman dalam melakukan perawatan bagi kulit mereka.

Selanjutnya akan diuraikan hasil analisis mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas ( $\chi$ ) terhadap variabel terikat (Y) :

#### **1. Pengaruh Keandalan ( $\chi_1$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta.**

Koefisien regresi variabel Keandalan( $\chi_1$ ) sebesar 0.226 yang berarti menunjukkan hubungan yang positif dengan Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa bila variabel bebas lainnya konstan, maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan pengaruh

Kehandalan ( $\chi_1$ ), maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil  $t_{hitung}$  dari variabel Kehandalan ( $\chi_1$ ) sebesar 2.352 dengan probabilitas 0.021, hasil ini menggambarkan bahwa variabel Kehandalan mempunyai pengaruh yang signifikan sebab  $t_{tabel}$  (1.65) lebih kecil dari  $t_{hitung}$  dengan probabilitas 0.021 berarti signifikan karena kurang dari 5%. Keadaan ini menunjukkan Kehandalan merupakan prinsip Dimensi kualitas jasa yang menentukan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dimensi kualitas jasa ini mempunyai pengaruh yang berarti terhadap Kepuasan Konsumen sebab dimensi Kehandalan merupakan suatu dimensi yang langsung dapat dirasakan oleh konsumen, terutama dalam perawatan kulit yang dilakukan oleh dokter maupun pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang ada. Dengan Kehandalan yang selalu terjaga pada *Natasha Skin Care*, maka akan tercipta kepuasan konsumen seperti yang diharapkan.

## **2. Pengaruh Tanggapan ( $\chi_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Natasha Skin Care*, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta.**

Koefisien regresi variabel Tanggapan ( $\chi_2$ ) sebesar 0.226 yang berarti menunjukkan hubungan yang positif dengan Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa bila variabel bebas lainnya konstan, maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan pengaruh

Tanggapan ( $\chi_2$ ), maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil  $t_{hitung}$  dari variabel Tanggapan ( $\chi_2$ ) sebesar 2.397 dengan probabilitas 0.019, hasil ini menggambarkan bahwa variabel Tanggapan mempunyai pengaruh yang signifikan sebab  $t_{tabel}$  (1.65) lebih kecil dari  $t_{hitung}$  dengan probabilitas 0.019 berarti signifikan karena kurang dari 5%. Keadaan ini menunjukkan Tanggapan merupakan prinsip Dimensi kualitas jasa yang menentukan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dimensi kualitas jasa ini mempunyai pengaruh yang berarti terhadap Kepuasan Konsumen, karena konsumen disini memiliki keinginan untuk diberikan layanan dengan segera dan dibantu dengan cepat apabila mereka menghadapi masalah. Dan kesemuanya itu akan memberikan suatu rasa bahwa penyaji jasa benar-benar melayani dan membantu mereka dengan segera, akurat dan konsisten. Akibatnya konsumenpun akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

### **3. Pengaruh Jaminan ( $\chi_3$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Natasha Skin Care, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta.**

Koefisien regresi variabel Jaminan ( $\chi_3$ ) sebesar 0.325 yang berarti menunjukkan hubungan yang positif dengan Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa bila variabel bebas lainnya konstan, maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan pengaruh

Jaminan ( $\chi_3$ ), maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil  $t_{hitung}$  dari variabel Jaminan ( $\chi_3$ ) sebesar 2.772 dengan probabilitas 0.007, hasil ini menggambarkan bahwa variabel Jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan sebab  $t_{tabel}$  (1.65) lebih kecil dari  $t_{hitung}$  dengan probabilitas 0.007 berarti signifikan karena kurang dari 5%. Keadaan ini menunjukkan Jaminan merupakan prinsip Dimensi kualitas jasa yang menentukan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dimensi kualitas jasa ini mempunyai pengaruh yang berarti terhadap Kepuasan Konsumen, sebab dengan adanya suatu jaminan dalam penyajian jasa yang meliputi kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh penyaji jasa akan menimbulkan perasaan aman bagi konsumen serta memperbesar image kualitas dan keyakinan pelayanan kepada konsumen yang akhirnya akan menciptakan kepuasan konsumen.

#### **4. Pengaruh Empati ( $\chi_4$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Natasha Skin Care, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta.**

Koefisien regresi variabel Empati ( $\chi_4$ ) sebesar 0.162 yang berarti menunjukkan hubungan yang positif dengan Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa bila variabel bebas lainnya konstan, maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan pengaruh

Empati ( $\chi_4$ ), maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil  $t_{hitung}$  dari variabel Empati ( $\chi_4$ ) sebesar 2.247 dengan probabilitas 0.027, hasil ini menggambarkan bahwa variabel Empati mempunyai pengaruh yang signifikan sebab  $t_{tabel}$  (1.65) lebih kecil dari  $t_{hitung}$  dengan probabilitas 0.027 berarti signifikan karena kurang dari 5%. Keadaan ini menunjukkan Empati merupakan prinsip Dimensi kualitas jasa yang menentukan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dimensi kualitas jasa ini mempunyai pengaruh yang berarti terhadap Kepuasan Konsumen, sebab Empati merupakan suatu kualitas penyajian jasa yang dapat dilihat dari kemudahan akan hubungan komunikasi yang baik antara penyaji jasa dengan konsumen serta adanya perhatian yang adil kepada seluruh konsumen yang kesemuanya itu apabila dapat diberikan oleh penyaji jasa kepada konsumen maka akan terciptalah suatu kepuasan dalam diri konsumen.

#### **5. Pengaruh Bukti fisik ( $\chi_5$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Natasha Skin Care, Jl. Adi Sutjipto No. 39 Yogyakarta .**

Koefisien regresi variabel Bukti fisik ( $\chi_5$ ) sebesar 0.107 yang berarti menunjukkan hubungan yang positif dengan Kepuasan Konsumen (Y). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa bila variabel bebas lainnya konstan, maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan pengaruh

Bukti fisik ( $\chi_5$ ), maka akan mengakibatkan penambahan atau penurunan Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil  $t_{hitung}$  dari variabel Bukti fisik ( $\chi_5$ ) sebesar 2.039 dengan probabilitas 0.044, hasil ini menggambarkan bahwa variabel Bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan sebab  $t_{tabel}$  (1.65) lebih kecil dari  $t_{hitung}$  dengan probabilitas 0.044 berarti signifikan karena kurang dari 5%. Keadaan ini menunjukkan Bukti fisik merupakan prinsip Dimensi kualitas jasa yang menentukan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dimensi kualitas jasa ini mempunyai pengaruh yang berarti terhadap Kepuasan Konsumen, karena dapat dilihat langsung dari penyajian jasa yang berupa fasilitas-fasilitas fisik yang berupa peralatan, gedung, ruang tunggu serta penampilan dari dokter maupun karyawan yang selalu rapi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, yang kesemuanya itu akan dijadikan suatu penilaian terhadap kualitas jasa dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Dengan memperhatikan uraian diatas, diketahui bahwa masing-masing Dimensi kualitas jasa Kehandalan, Tanggapan, Jaminan, Empati dan Bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, maka dalam prakteknya seluruh dimensi kualitas jasa secara bersama-sama dapat menciptakan Kepuasan Konsumen, sehingga disini perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas jasa yang ada untuk menciptakan Kepuasan Konsumen yang optimal.