

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Pada Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul)**

SKRIPSI



Oleh

Nama : Tyasari Nastiti
Nomor Mahasiswa : 09311009
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2013**

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Pada Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul)**

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata – 1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



Oleh

Nama : Tyasari Nastiti
Nomor Mahasiswa : 09311009
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2013**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. “

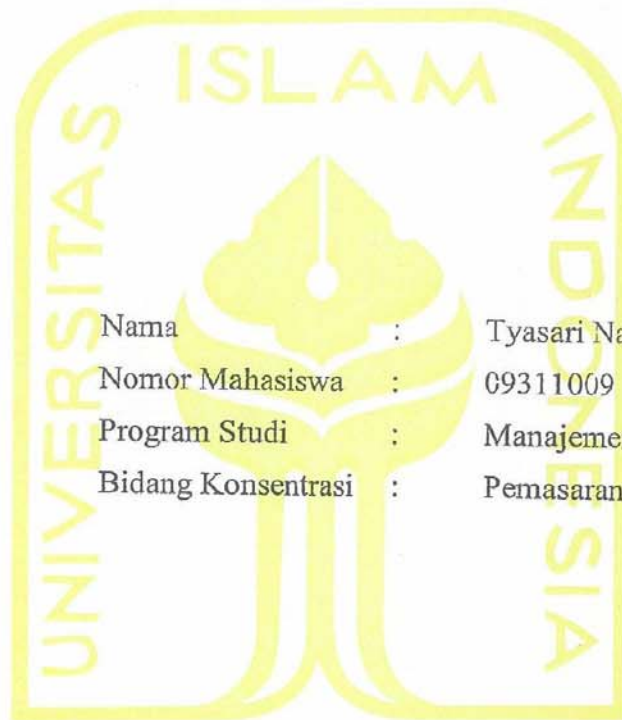
Yogyakarta, 14 Maret 2013

Penulis,



Tyasari Nastiti

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Pada Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul)**



Nama : Tyasari Nastiti
Nomor Mahasiswa : 09311009
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 14 Maret 2013

Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen pembimbing,

Drs. Al Hasin, MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
(Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul)

Disusun Oleh: TYASARI NASTITI
Nomor Mahasiswa: 09311009

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 17 April 2013

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Al Hasin, MBA

Penguji : Drs. Albari, M.Si

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan skripsi ini untuk:

- ♥ *Bapak dan ibuku yang telah membesarkanku, mendidikku, dan menyayangiku serta kakakku tersayang yang selalu menjagaku.*
- ♥ *Mbah Kakung, Mbah Putri, Om, Tante, dan seluruh sepupuku serta keponakanku yang telah memberiku dukungan dan motivasi.*
- ♥ *Ari Sulistyو yang dengan sabar menemaniku dan memberi semangat dalam kondisi apapun, jangan pernah berhenti untuk menasehatiku dan menyayangiku.*

MOTTO

“Dan sebutlah (nama) Tuhanmu dalam hatimu dengan merendahi diri dan rasa takut, dan dengan tidak mengeraskan suara, di waktu pagi dan petang, dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang lalai.”

(QS. Al-A'raaf: 205)

“Jadilah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Q.S. Al Baqarah ayat 153)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila engkau sudah selesai (mengerjakan sesuatu pekerjaan), kerjakanlah pekerjaan lain dan hanya kepada Tuhanmu (sajalah) kamu berharap.”

(QS. Al-Insyirah : 6-8)

ABSTRAK

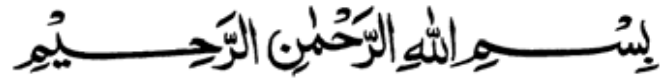
Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta untuk mengetahui variabel independent yang paling kuat mempengaruhi variabel dependent di Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari kuisisioner yang dibagikan kepada pelanggan. Kuisisioner diolah menggunakan bantuan komputer melalui program spss versi 13.0. sedangkan populasi yang diteliti adalah pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul. Sampel yang digunakan 96 orang dengan teknik *convenience sampling*. Objek yang diteliti adalah pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul. Metode pengujian statistik dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan taraf signifikansi 5%, dalam mengambil keputusan dilakukan dengan menggunakan uji f, uji t parsial, uji asumsi klasik, uji determinasi ganda dan uji determinasi parsial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji f dan uji t, secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel *Tangible* merupakan faktor terbesar mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan terdiri dari variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr Wb

Penulis ucapkan syukur Alhammdulilah yang tiada henti kehadiran Allah SWT yang telah banyak memberikan nikmat dan juga karunia yang amat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul)”**. Sholawat serta salam selalu dilimpahkan ke junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan tauladan akhlak mulia bagi umat manusia.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata – 1 (S1) di program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini atau dalam perjalanan hidup banyak pihak yang terlibat. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Al Hasin, MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini serta nasehat selama masa bimbingan.
2. Drs. Albari, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan perbaikan – perbaikan atas skripsi saya serta memberikan masukan agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik.

3. Bapak Edi Sumantoro selaku kepala cabang Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.
4. Bapak Irwan dan Bapak Handoyo serta seluruh staff kantor Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.
5. Seluruh pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk membantu menyelesaikan tugas ini.
6. Bapak Drs. Nurtrisnadi dan Ibu Anis Adityanti yang tidak henti memberikan dukungan moril, materiil dan semuanya untuk hidupku dan aku tahu bahwa semua itu tidak akan pernah bisa terbalas olehku. Maaf sudah banyak mengecewakan kalian. Kalian orang tua terbaik yang aku punya di dalam hidupku.
7. Kakakku Muhammad Fil Ardhi, S.H , selama di Wonosari dan di Jogja sudah menemaniku dan menjagaku meskipun dirimu terkadang membuatku jengkel (hehehehe).
8. Mas Ari Sulistyio yang telah banyak memberikan warna di hari-hariku, selalu sabar menemaniku dan memberi dorongan, semangat, serta motivasi dengan penuh kasih sayang.
9. Keluarga besar Mbah Muhari dan Mbah Syarbini yang telah memberikan semangat di hidupku..
10. Semua saudara Sepupuku Tika, Gigih, Zifiq, Zahra, Firnas, Aksani, Nunmuna, Tasya, Raihan, Aisya, mas Frans dan keponakan kecilku Fayza.

11. Teman – teman seperjuanganku di kampus UII Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Anisa, Silvia, Vivi, Didot, Mbak Yantika, Genadi, Dimas, Imam, Dodik, Lio dan teman – teman yang tidak bisa disebut satu persatu. Terima kasih atas dukungan kalian selama aku kuliah d UII tercinta.
12. Anak – anak Kos Melati Jl. Sukun 10 Iva, Hun-hun, Up-up, Arum dan Mbak We, keceriaan kalian sangat menghibur di saat aku jenuh dan murung.
13. Sahabat setiaku dari SMA Prabawanti, Anggita, Ayu, dan Wawah makasih buat persahabatan kita selama ini
14. My transportasi AB 2620 YD makasih jasamu yang telah mengikuti kemanapun aku pergi dan dalam keadaan apapun selama ini.
15. Semua pihak yang tidak penulis sebutkan yang telah membantu penyusunan skripsi atau yang telah menghiasi hidupku.

Akhirnya penulis berharap semoga seluruh amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT, amin.

Semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 14 Maret 2013

Penulis

Tyasari Nastiti

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Berita Acara Skripsi	v
Halaman Persembahan	vi
Motto	vii
Abstraksi	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Manfaat Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pelayanan	7
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.1.1.2 Karakteristik Jasa	8
2.1.1.3 Mengelola Kualitas Pelayanan	9
2.1.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan	11
2.1.2.1 Membangun Kepuasan Pelanggan	11
2.1.2.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	12
2.2 Kerangka Teoritis.....	13
2.3 Hipotesis.....	14

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	15
3.2 Variabel Penelitian	15
3.2.1 Variabel Dependen.....	15
3.2.2 Variabel Independen	15
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	16
3.3.1 Kepuasan Pelanggan	16
3.3.2 Kualitas Pelayanan	16
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.4.1 Populasi	19
3.4.2 Sampel.....	19
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	21

3.5.1 Jenis Data	21
3.5.1 Data Primer	21
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5.2.1 Kuesioner	22
3.5.2.2 Observasi.....	23
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	23
3.6.1 Uji Validitas	23
3.6.2 Uji Reliabilitas	24
3.7 Metode Analisis Data	25
3.7.1 Analisis Deskriptif	25
3.7.2 Analisis Kuantitatif	25
3.7.3 Uji Rata – rata (Mean)	25
3.7.4 Analisis Statistik	26
3.7.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.7.4.2 Uji Hipotesis	27
3.7.4.2.1 Uji F	27
3.7.4.2.2 Uji t Parsial.....	28
3.7.5.3 Uji Asumsi Klasik	28
3.7.5.3.1 Uji Multikolonieritas	28
3.7.5.3.2 Uji Heteroskedasitas	29
3.7.5.3.3 Uji Normalitas	30
3.7.5.3.4 Uji Linieritas	31
3.7.5.4 Uji Koefisien Determinasi Ganda (R^2)	32

3.7.5.5 Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	33
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	34
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	35
4.2.1 Uji Validitas	35
4.2.2 Uji Reliabilitas	37
4.3 Analisis Deskriptif Responden.....	39
4.3.1 Jenis Kelamin Responden	39
4.3.2 Usia Responden.....	40
4.3.3 Pendidikan Responden	40
4.3.4 Jenis Pekerjaan	42
4.3.5 Pendapatan Responden	42
4.4 Analisa Penilaian Variabel Penilaian.....	43
4.4.1 Variabel <i>Tangibles</i>	44
4.4.2 Variabel <i>Reliability</i>	46
4.4.3 Variabel <i>Responsiveness</i>	47
4.4.4 Variabel <i>Assurance</i>	49
4.4.5 Variabel <i>Emphaty</i>	50
4.4.6 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	52
4.5 Analisis Statistik	54
4.5.1 Hasil Regresi Linear Berganda	55
4.5.2 Uji Hipotesis	57

4.5.2.1 Uji F	57
4.5.2.2 Uji t Parsial.....	58
4.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5.3.1 Uji Multikolonieritas.....	60
4.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	60
4.5.3.3 Uji Normalitas.....	61
4.5.3.4 Uji Linieritas	62
4.5.4 Analisis Koefisien Determinasi Ganda (R^2)	64
4.5.5 Analisis Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	64
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
Daftar Pustaka	69

DAFTAR TABEL

Tabel

	Halaman
4.1 Hasil Uji Validitas.....	36
4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	41
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	43
4.8 Penilaian Variabel <i>Tangibles</i>	44
4.9 Penilaian Variabel <i>Reliability</i>	46
4.10 Penilaian Variabel <i>Respnsiveness</i>	48
4.11 Penilaian Variabel <i>Assurance</i>	49
4.12 Penilaian Variabel <i>Emphaty</i>	51
4.13 Penilaian Kepuasan <i>Pelanggan</i>	52
4.14 Koefisiensi Regresi Berganda.....	54
4.15 Uji Multikolonieritas.....	60
4.16 Uji Ramsey test.....	63
4.17 Koefisiensi Determinasi Parsial.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Kerangka Penelitian	14
4.2 Uji Heterokesdasitas	61
4.3 Uji Normalitas.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	
2. Rekapitulasi Data Responden	
3. Hasil Uji Valditas dan Reliabilitas	
4. Frekuensi Karakteristik Responden dan Variabel	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan perekonomian saat ini khususnya industri perkreditan mengalami perubahan-perubahan yang sangat cepat. Perubahan-perubahan ini terjadi karena adanya persaingan yang sangat ketat didalam dunia perkreditan, dimana semua ingin menjadi yang terbaik dan terhebat. Sehingga membuat para pengembang usaha terdorong untuk lebih mengembangkan ide-ide dan strategi yang kreatif dalam menciptakan suatu inovasi dalam mencapai kepuasan pelanggan.

Dalam bahasa latin kredit berarti *credere* artinya percaya. Pemberi kredit (kreditur) percaya kepada penerima kredit (debitur) bahwa kredit yang disalurkan pasti akan dikembalikan sesuai perjanjian. Bagi debitur, kredit yang diterima merupakan kepercayaan, yang berarti menerima amanah sehingga mempunyai kewajiban untuk membayar sesuai jangka waktu.

Kredit merupakan suatu fasilitas keuangan yang memungkinkan seseorang atau badan usaha untuk meminjam uang untuk membeli produk dan membayarnya kembali dalam jangka waktu yang ditentukan. UU No. 10 tahun 1998 menyebutkan bahwa kredit adalah *penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan*

pemberian bunga. Jika seseorang menggunakan jasa kredit, maka ia akan dikenakan bunga tagihan.

Dalam era persaingan yang semakin ketat, diperlukan fokus perhatian kepada kepuasan pelanggan saat ini dan di masa datang, untuk itu salah satu yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah pergeseran orientasi dari kebutuhan dan keinginan jangka pendek dan menengah ke orientasi kepada kebutuhan dan keinginan jangka panjang. Salah satu contoh kebutuhan jangka panjang adalah perkreditan motor. Industri perkreditan merupakan bisnis yang masih mempunyai peluang besar untuk memperluas pasar, karena masih banyak masyarakat Indonesia yang mempunyai pendapat rendah tetapi ingin memiliki kendaraan pribadi. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk menciptakan produk agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan segmen yang lebih spesifik.

Salah satu yang menawarkan jasa perkreditan motor adalah Adira Finance yang fokus pada pemberian pelayanan terbaik pada pelanggannya, dimana Adira Finance selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan sebagai bentuk keunggulan kompetitif diantara pesaing yang ada.

Untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap produk jasa atau perusahaan tertentu, pada umumnya pelanggan mengacu pada berbagai factor dan dimensi. Perusahaan-perusahaan perkreditan harus mampu mengetahui faktor-faktor atau dimensi apa yang bisa menjadi acuan atau tolak ukur pelanggan dalam menilai kepuasannya. Menurut Fen dan Lian (Afwanna, 2008) kepuasan

pelanggan diartikan sebagai evaluasi pelanggan atas pengalaman dan reaksi terhadap suatu pelayanan yang diterima.

Kualitas jasa yang diukur dengan lima dimensi yang di kemukakan oleh Parasuraman,dkk (Afwanna, 2008) yaitu (1) *Tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, (2) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, (3) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (4) *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, dan (5) *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, perhatian pribadi. Kepuasan pelanggan dalam study Palilati (2005), menyatakan bahwa kepuasan dan ketidak puasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (dis-confirmation) yang dirasakan antara harapan sebelum (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian tentang kepuasan pelanggan. Dalam rangka untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan jasa sebuah perusahaan perkreditan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk itu penulis akan mengadakan penelitian tentang kepuasan pelanggan ini dengan judul : **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul).”**

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian yang akan dilakukan adalah tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, dengan melibatkan dimensi-dimensi kualitas pelayanan. Untuk itu perlu dirumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu :

1. Apakah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul?
2. Dimensi manakah dari variable kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul?

1.3 Tujuan Masalah

Berbagai permasalahan yang telah diuraikan di atas maka peneliti memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty* terhadap kepuasan pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.
2. Untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

1.4 Batasan Masalah Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Dimensi kualitas pelayanan yang diteliti dalam penelitian ini adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty*.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sedang menggunakan jasa Adira Finance yang nantinya akan memberikan tanggapan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan selama menggunakan jasa perkreditan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka manfaat penelitian yang diharapkan adalah :

1. Perusahaan

Memberikan masukan untuk memperbaiki maupun meningkatkan kualitas pelayanan Adira Finance, sehingga pihak pelanggan merasa puas terhadap pelayanan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

2. Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan sekaligus mempraktekkan ilmu yang telah penulis peroleh selama ini.

3. Pembaca

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

4. Lembaga Pendidikan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi pada UII khususnya Fakultas Ekonomi, dan masukan bagi penelitian lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (2005) mengemukakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pengertian ini memberi deskripsi bahwa pelayanan tidak berupa fisik dan pelayanan juga tidak dapat dipisahkan dari penjualan. Sedangkan Lupiyoadi, (2001) menyatakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, atau kesenangan) kepada pelanggan.

Proses pelayanan mempunyai sifat tidak dapat dipisahkan ketika penyedia layanan membuat atau melaksanakan layanan pada waktu yang sama secara penuh atau konsumsi sebagian pelayanan memakan tempat. Perubahan akan sangat tampak dan ini tidak mungkin bagi para penyedia layanan untuk menyembunyikan kesalahan atau kurangnya kualitas. Dalam kondisi ini, masukan dari para pelanggan menjadi sangat penting terhadap kualitas pelayanan.

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah kandungan variable atau atribut produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Zeithaml (1990) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka. Kualitas jasa dinilai baik oleh pengguna jasa jika jasa yang diterima sesuai atau lebih besar dari yang diharapkan. Metode SERVQUAL merupakan salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan atas jasa yang diterimanya. Metode yang dikembangkan oleh Zeithaml (1990) ini, khusus digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan. Metode ini membagi kualitas pelayanan menjadi 5 dimensi yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*.

2.1.1.2 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rencana program pemasaran (Kotler, 2005). Karakteristik itu meliputi :

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Berbeda dari produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti mutu jasa tersebut.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini tidak berlaku bagi barang-barang fisik, yang diproduksi, disimpan sebagai persediaan, didistribusikan melalui banyak penjual, dan dikonsumsi kemudian.

c. *Variability* (bervariasi)

Karena bergantung pada siapa memberikannya dan kapan dan dimana diberikan, jasa sangat bervariasi.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak dapat disimpan. Sifat jasa yang mudah rusak (*perishability*) tersebut tidak akan menjadi masalah apabila permintaan tetap berjalan lancar.

2.1.1.3 Mengelola Kualitas Pelayanan

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap unggul bersaing adalah memberikan jasa yang lebih tinggi kualitasnya dari pada pesaing secara konsisten. Harapan pelanggan terbentuk dari masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Kualitas pelayanan merupakan sarana pokok dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan yang bersifat multidimensi. Banyak studi yang mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap dimensi kualitas pelayanan. Parasuraman,dkk (Afwanna, 2008) mengungkapkan bahwa kriteria yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan terdiri atas 5 dimensi, yaitu sebagai berikut :

a. *Tangibles* (Bukti fisik)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan, serta penampilan karyawan.

b. *Reliability* (Reliabilitas)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati atau dijanjikan.

c. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

d. *Assurance* (Jaminan)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggan. Jaminan juga berarti para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

e. *Emphaty* (Empati)

Berarti perusahaan memahami permasalahan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.1.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (1997) “ *Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kinerja (hasil) yang dirasakannya dengan apa yang diharapkannya (ekspektasinya).*”

Harapan pelanggan akan mewarnai setiap tindakan keputusan pembelian. Pelanggan membentuk harapan mereka berdasarkan pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalan, informasi dari pemasar, informasi dari saudara dan sebagainya.

Tjiptono (2002) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.

Loke, et al. (2011) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan pribadi dari kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari evaluasi pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi kepada individu dalam kaitannya dengan harapan.

2.1.2.1 Membangun Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2001), pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan, sebagai berikut:

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- b. Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan.
- c. Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan

2.1.2.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat berpengaruh penting pada penampilan operasi perusahaan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2007) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan digunakan empat metode, yaitu :

1. System keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah yang ada.

2. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya yang akan diambil perusahaan.

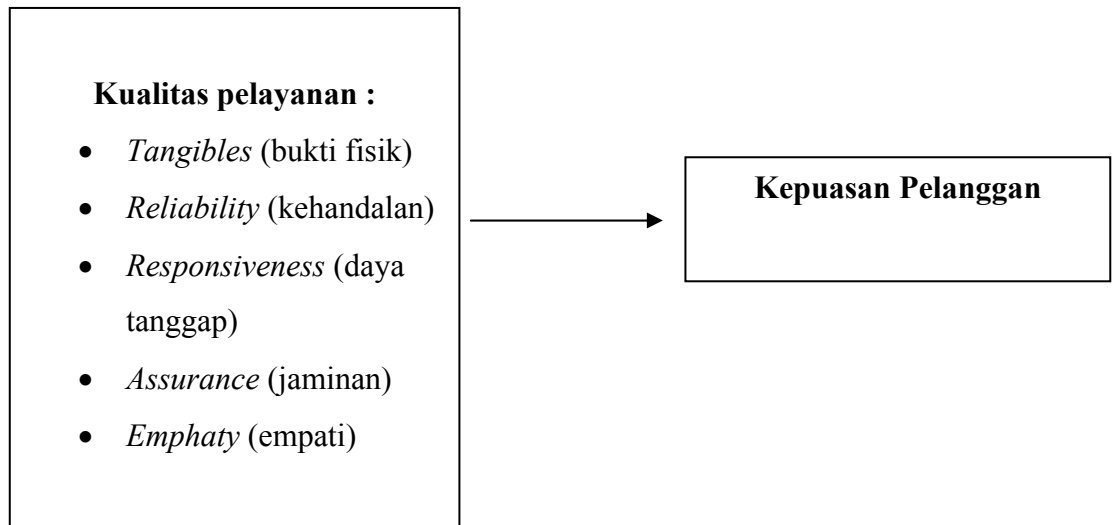
4. Survey Kepuasan Pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilaksanakan dengan penelitian survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan atau umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga penelitian survey dapat memberikan tanda positif bagaimana perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggan.

2.2 Kerangka Teoritis

Pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dilakukan dengan secara langsung pengaruh positif kelima dimensi dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi tersebut adalah *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empaty*. Masing-masing dari kelima tersebut memiliki indikator tersendiri yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Loke, et al. (2011) bahwa kualitas pelayanan yang terbagi dalam 5 dimensi yaitu *tengibles, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari teori yang telah diuraikan dalam kajian teori diatas dan juga hipotesis yang penulis dapatkan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan didukung dengan dimensi yang dimiliki kualitas pelayanan tersebut mengarahkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.



Sumber : Loke, S.P., et al. (2011)

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang mengenai sesuatu hal yang masih bersifat sementara sehingga diperlukan suatu penelitian dan analisis untuk menguji kebenarannya agar dapat diambil suatu kesimpulan apakah hipotesis ini benar atau salah. Hipotesis dari penelitian ini mengacu pada teori yang disampaikan oleh :

Afwanna, (2008) mengungkapkan bahwa criteria yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan adalah terdiri atas 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang nantinya akan digunakan untuk melakukan penelitian. Lokasi yang akan digunakan dalam penelitian ini, bertempat di Adira Finance Wonosari di Jalan Brigjen Katamso No. 16, Wonosari, Gunungkidul.

3.2 Variable Penelitian

Variable yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa variable terikat dan variable bebas, antara lain :

3.2.1 Variable Dependen / Terikat

Kepuasan pelanggan di Adira Fanance Wonosari adalah variable terikat dari kualitas pelayanan (Y)

3.2.2 Variable Independen / Bebas

Kualitas pelayanan adalah variable bebas dari kepuasan pelanggan di Adira Fanance Wonosari (X)

- a. *Tangibles* (Bukti fisik) (X₁)
- b. *Reliability* (Reliabilitas) (X₂)
- c. *Responsiveness* (Daya tanggap) (X₃)

d. *Assurance* (Jaminan) (X₄)

e. *Emphaty* (Empati) (X₅)

3.3 Definisi Operasional Variable

3.3.1 Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kinerja (hasil) yang dirasakannya dengan apa yang diharapkannya (ekspektasinya) (Kotler 1997). Untuk mengukur kepuasan pelanggan ada indikator yang dapat digunakan, yaitu :

- a. Pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang diberikan.
- b. Pelanggan merasa puas karena karyawan yang profesional.
- c. Pelanggan merasa puas karena karyawan selalu sigap dan tanggap dalam memberikan pelayanan.
- d. Pelanggan merasa puas karena karyawan selalu membangun hubungan kekeluargaan secara intensif.

3.3.2 Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan merupakan sarana pokok dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan yang bersifat multidimensi. Banyak studi yang mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap dimensi kualitas pelayanan. Tjiptono dan Chandra (2007) mengungkapkan bahwa criteria yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan terdiri atas 5 dimensi, yaitu sebagai berikut :

1. *Tangibles* (Bukti fisik) (X_1)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan, serta penampilan karyawan. Dalam penelitian ini, meliputi :

- a. Karyawan berpenampilan rapi
- b. Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melaksanakan tugas
- c. Kebersihan lingkungan perusahaan terjaga dan nyaman

2. *Reliability* (Reliabilitas) (X_2)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati atau dijanjikan. Dalam penelitian ini, meliputi :

- a. Karyawan melayani dengan baik
- b. Karyawan melayani tepat waktu
- c. Karyawan memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan
- d. Karyawan menunjukkan kesungguhan dalam melayani pelanggan

3. *Responsiveness* (Daya tanggap) (X_3)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Dalam penelitian ini, meliputi :

- a. Karyawan mampu memberikan informasi produk yang ditawarkan dengan baik

- b. Karyawan tanggap dalam merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan
- c. Karyawan selalu siap dan sigap dalam menangani keluhan pelanggan

4. *Assurance* (Jaminan) (X_4)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggan. Jaminan juga berarti para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Dalam penelitian ini, meliputi :

- a. Keramahan karyawan dapat dirasakan pelanggan
- b. Karyawan mempunyai pengetahuan yang luas, terampil dan terlatih
- c. Karyawan memberikan rasa aman terhadap pelanggan

5. *Emphaty* (Empati) (X_5)

Berarti perusahaan memahami permasalahan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Dalam penelitian ini, meliputi:

- a. Karyawan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan
- b. Karyawan membantu pelanggan dalam memilih produk jasa yang ditawarkan

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Djarwanto dan Subayo, 1993). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang sedang menggunakan jasa Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian individu yang diambil dari populasi yang menjadi subyek penelitian sebenarnya dan diteliti secara rinci. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *non probability sampling* berupa *convenience sampling*. *Convenience sampling*, yaitu peneliti menyeleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh datanya, yaitu dengan cara mengambil sampel dari populasi pelanggan yang sedang menggunakan jasa Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

Jumlah sample ditentukan dengan menggunakan rumus (Djarwanto dan Subagyo, 1993) :

$$n = 1/2\alpha (Z/E)^2$$

Keterangan : n = jumlah sampel dari jumlah populasi yang tidak diketahui

Z = luas kurva normal standar (dapat dilihat pada tabel Z)

A = distribusi normal atau tingkat kesalahan data yang ditoleransi peneliti, semakin kecil nilainya maka semakin besar kebenaran datanya.

E = deviasi sampling maksimal atau batasan error yang diterima

Penelitian ini menggunakan standar deviasi sebesar $\alpha = 5\%$, karena pada umumnya taraf kesalahan dalam pengujian statistic ditetapkan sebesar 5%. Karena besarnya $\alpha = 5\%$, maka $Z_{1/2\alpha} = 1,96$ (dari table Z). Sedangkan tingkat kesalahan maksimal yang mungkin terjadi pada penyebaran kuesioner adalah tidak lebih dari 10% atau $E = 0,1$. Jika lebih dari 10% maka penyebaran kuesioner tidak dapat diteruskan karena data yang diperoleh akan menjadi tidak valid. Dari data diatas maka jumlah responden yang akan diteliti untuk dimintai datanya sebanyak :

$$\begin{aligned}n &= 1/2\alpha (Z/E)^2 \\n &= 0,25 (1,96/0,1)^2 \\&= 0,25 (384,11) \\&= 96,04 \\&= 96 \text{ (pembulatan)}\end{aligned}$$

Untuk memudahkan penelitian, maka jumlah sample dibulatkan menjadi 96 responden. Dan hal ini dianggap sudah mewakili populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti akan membagikan kuesioner untuk responden yang sedang melakukan transaksi (pembayaran tagihan) di kantor Adiran Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua metode untuk mengumpulkan data penelitian, yaitu :

3.5.1.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil langsung dari obyek yang diteliti atau dari sampel itu sendiri, yaitu pelanggan yang memakai jasa Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

Data primer diperoleh dengan cara membagikan angket atau kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kepada seluruh responden untuk ditanggapi dengan memberi alternative jawaban yang telah dibuat.

3.5.1.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh langsung dari Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, biasanya berisi mengenai sejarah perkembangan Adira Finance, dan lain-lain. Selain dari perusahaan data juga diperoleh dari studi pustaka atau internet yang isinya berkaitan dengan penelitian.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian kali ini adalah dengan menggunakan cara sebagai berikut :

3.5.2.1 Kuesioner

Menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden atau sampel yang telah ditentukan. Daftar pertanyaan (instrument penelitian) ini digunakan untuk mengungkap data atau keadaan yang lebih aktual (data primer). Skala yang digunakan dalam instrumen penelitian ini adalah *Skala Likert*. Menurut Sugiono (1999 : 86) *Skala Likert* ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Adapun teknik penentuan skala kuesioner ini terdiri dari sejumlah pertanyaan maupun pernyataan dan telah disediakan alternative jawaban. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 3 bagian yaitu :

Bagian I : berisi pernyataan tentang karakteristik responden.

Bagian II : berisi pernyataan tentang kualitas pelayanan.

Bagian III : berisi pernyataan tentang kepuasan pelanggan.

Dalam hal ini digunakan skala 4 tingkat Likert yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Untuk skor jawaban adalah sebagai berikut :

Jawaban sangat setuju (SS) diberi bobot : 4

Jawaban setuju (S) diberi bobot : 3

Jawaban tidak setuju (TS) diberi bobot : 2

Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi bobot : 1

Agar jawaban responden dapat dianalisis akan digunakan skala interval yang berupa skala likert, skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menggunakan produk atau

jasa. Dimana pada skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas dari perasaan mereka, dalam arti mengharuskan respon dan menentukan derajat persetujuan dan ketidaksetujuan mereka terhadap masing – masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus (Maholtra, 2005)

3.5.2.2 Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti sambil mencatat hal – hal yang penting untuk bahan penulisan. Observasi penulis lakukan langsung datang di kantor Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Kualitas data penelitian akan sangat tergantung dalam kualitas instrument pengumpulan data. Berkenaan dengan hal tersebut, maka agar memperoleh data yang valid dan reliable akan dilakukan penelitian uji coba kepada 30 responden. Tujuan penelitian uji coba adalah untuk mengujicobakan instrument dan menguji validitas dan reliabilitas instrument.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur. Semakin tinggi validitas suatu alat maka semakin tepat pula alat pengukur tersebut mengenai sasarannya, dan sebaliknya semakin rendah suatu alat pengukur maka semakin jauh pula alat pengukur tersebut mengenai sasarannya.

Berikut rumus pendekatan validitas konstruk dengan teknik korelasi Product Moment (Sugiyono, 1999).

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

N = Jumlah responden

X = nilai per butir

Y = total nilai kuesioner masing-masing responden

Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan dikatakan tidak valid apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi koefisien reliabilitas, semakin baik. Alat yang dipakai adalah *Cronbach's Coefficiens 30 Alpha* dan pada program

SPSS versi 13 disebut dengan *Reliability Anaysis*. apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliable. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliable (Ghozali, 2005).

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu suatu jenis analisis data yang mempunyai tujuan utama menguraikan suatu karakteristiknya, mengumpulkan data supaya dapat menguji hipotesis yang diajukan atau untuk menjawab pertanyaan mengenai keadaan/atau status dari subyek yang dipelajari (Malhotra, 2005).

3.7.2 Analisis Kuantitatif

Yaitu analisi yang didasarkan pada hasil jawaban kuisisioner responden yang telah diisi dan diterangkan dalam bentuk table.

3.7.4 Uji Rata - Rata (Mean)

Uji Mean atau uji rata-rata yaitu nilai rata-rata dari hasil penelitian terhadap variable dan merupakan jumlah dari seluruh hasil penelitian dengan jumlah penelitiannya. Mean dapat dihitung secara otomatis dengan program SPSS versi 13, dan akan ditampilkan pada bagian *descriptive statistics*.

3.7.5 Analisis Statistik

Analisis statistika yaitu analisis dengan menggunakan teknik statistika yang membuktikan hipotesis tertentu yang diajukan sebelumnya. Kemajuan pesat di bidang computer, mempermudah proses analisis data dengan bantuan *software statistic* tertentu, misalnya SPSS.

3.7.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik untuk dapat mengetahui pengaruh antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Skala-skala yang dipakai dalam penelitian ini merupakan interval, ini termasuk dalam statistik parametric, maka alat uji yang digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) adalah dengan menggunakan regresi Berganda. Adapun model statistik untuk menguji hipotesis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Dimana :

Y	: Variabel Terikat (kepuasan pelanggan)
a	: Konstanta
b	: Koefisiensi regresi untuk variabel bebas
X ₁	: Variabel <i>tangible</i>
X ₂	: Variabel <i>reliability</i>
X ₃	: Variabel <i>responsiveness</i>
X ₄	: Variabel <i>assurance</i>

X_5 : Variabel *emphaty*

ε : *Error Item*

3.7.5.2 Uji Hipotesis

3.7.5.2.1 Uji F

Uji F bertujuan untuk mrngetahui apakah variable bebas (independent) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable terikat (dependent), atau untuk menguji keberartian koefisien regresi secara keseluruhan.

Uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis :

1. Merumuskan hipotesis operasioanl, yaitu H_0 dan H_a .

H_0 : tidak ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

H_a : ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

2. Menentukan taraf signifikansi (α), yaitu $\alpha = 5\%$
 - H_0 diterima jika H_a ditolak, jika $P \geq \alpha$
 - H_0 ditolak jika H_a diterima, jika $P < \alpha$
3. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan (alat) statistic yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan program SPSS.
4. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3.

3.7.5.2.2 Uji t Parsial

Uji t parsial bertujuan menguji apakah masing-masing variable bebas (independent) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variable terikat (dependen) atau menguji keberartian koefisiensi regresi secara parsial.

Prosedur pengujian hipotesis :

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a .

H_0 : tidak ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

H_a : ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

2. Menentukan taraf signifikansi (α), yaitu $\alpha = 5\%$

- H_0 diterima jika H_a ditolak, jika $P \geq \alpha$
- H_0 ditolak jika H_a diterima, jika $P < \alpha$

3. Melakukan perhitungan sesuai dengan pendekatan (alat) statistik yang dipergunakan, yaitu dengan menggunakan program SPSS.
4. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3.

3.7.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.5.3.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variable bebas (independent). Criteria penentuan bebas atau tidanknya model regresi linier berganda tersebut dari

multikolonieritas adalah dengan menghitung nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*.

Prosedur pengujian multikolonieritas adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis operasi

H_0 : tidak ada pengaruh multikolonieritas.

H_a : ada pengaruh multikolonieritas.

2. Menentukan criteria penerimaan dan penolakan

- H_0 diterima jika $VIF \leq 10$ dan $tolerance \geq 0,10$
- H_0 diterima jika $VIF > 10$ dan $tolerance$ ditolak $< 0,10$

3. Menghitung nilai VIF dan tolerance

Perhitungan nilai VIF dan tolerance dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS.

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3.

3.7.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Yaitu pengujian untuk menemukan kondisi dimana nilai residu (perbedaan antara nilai sesungguhnya dengan nilai pendugaannya) tetapi konstan untuk semua nilai variable bebas (X). Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat gambar scatterplot antara nilai prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZEPRED dengan residualnya SRESID. Suatu model persamaan regresi linier berganda dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila residual pada gambar scatterplot terus menyebar.

Langkah pengujian heteroskedastisitas :

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a .

H_0 : tidak ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda.

H_a : ada pengaruh heteroskedastisitas pada model regresi berganda.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

H_0 : diterima jika residual pada gambar scatterplot terlihat menyebar secara acak.

H_a : diterima jika residual pada gambar scatterplot terlihat tidak menyebar secara acak.

3. Membuat gambar scatterplot

Pembuatan gambar scatterplot dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3.

3.7.5.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu salah satunya dengan analisis grafis. Langkah pengujian normalitas adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis operasional, yaitu H_0 dan H_a .

H_0 : data residual berdistribusi normal

H_a : data residual tidak berdistribusi normal

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan :

H_0 : diterima jika data tersebar sekitar garis diagonal grafik normal plot

H_a : diterima jika data tersebar jauh dari garis diagonal grafik normal plot

3. Membuat grafik normal plot Pembuatan grafik normal plot dilakukan dengan prpgram SPSS.
4. Mengambil kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3.

3.7.5.3.4 Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat / kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik. Uji yang dapat dilakukan adalah Ramsey test.

Uji Ramsey test ini dikembangkan oleh Ramsey (1969). Ramsey menyarankan suatu uji yang disebut *general test of specification* / RESET. Untuk melakukan uji ini harus membuat suatu asumsi atau keyakinan bahwa fungsi yang benar adalah ungsi Linear. Uji ini bertujuan untuk menghasilkan F_{hitung} (Ghozali,2005).

Prosedur pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis operasioanl

H_0 : spesifikasi model tidak terbentuk fungsi Linear

H_a : spesifikasi model terbentuk fungsi Linear

2. Menentukan criteria penerimaan dan penolakan

- H_0 : Diterima jika nilai sig F atau p value $\geq 0,05$
- H_a : Ditolak jika nilai sig F atau p value $< 0,05$

3. Mencari F_{hitung} dengan cara :

- Dapatkan fitted value dari variable dependent dengan cara dari *Linear regression*, pilih *save* dan aktifkan *Dfit* pada *influence statistic*.
- Kemudian variable fitted tersebut diregres bersama-sama dengan model semula dengan variabel independent. Dapatkan nilai R^2 untuk menghitung F statistic dengan rumus :

$$\frac{(R^2_{new} R^2_{old}) / m}{(1 - R^2_{new}) / (n - k)}$$

Keterangan :

m : jumlah veriable independent yang baru masuk

n : jumlah data observasi

k : banyak parameter dalam persamaan yang baru

R^2_{new} : nilai R^2 dari persamaan regresi baru

R^2_{old} : nilai R^2 dari persamaan regresi awal

4. Menarik kesimpulan sesuai dengan butir 2 dan 3.

3.7.5.4 Uji Koefisien Determinasi Ganda (R^2)

Uji koefisien determinasi ganda yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variable bebas (X) secara serempak terhadap variable terikat (Y).

Dengan pengolahan data melalui SPSS, R^2 adalah angka yang menunjukkan berapa % (proporsi) variable terikat yang dipengaruhi oleh variable-variabel bebas, atau dari 100% variable-variabel yang berpengaruh terhadap variable terikat, sekian % dipengaruhi oleh variable bebas, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam data. Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik model tersebut.

3.7.5.5 Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu untuk mengetahui sumbangan variable bebas secara parsial terhadap variable terikatnya. Variable bebas yang mempunyai (r^2) paling besar menunjukkan bahwa variable bebas tersebut mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap variable terikatnya. Koefisien determinasi parsial (r^2) digunakan untuk membuktikan variable bebas manakah yang paling kuat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien determinasi parsial diperoleh dengan menghitung kuadrat dari koefisien korelasi parsial. Pada penelitian ini, penghitungan koefisien korelasi parsial dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data, yaitu SPSS versi 13. Sedangkan perhitungan koefisien determinasi parsial yang merupakan kuadrat dari koefisien korelasi parsial dilakukan secara manual. Variable independen dengan angka koefisien determinasi parsial paling besar berarti memiliki pengaruh positif yang paling besar terhadap variable dependen.

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

Dibangun dengan tekad yang kuat untuk menjadi perusahaan terbaik dan terpercaya di sektor pembiayaan konsumen kendaraan bermotor, PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk (“Adira Finance” atau “Perusahaan”) yang didirikan sejak tahun 1990, telah menjadi perusahaan pembiayaan terbesar saat ini untuk pembiayaan berbagai merek otomotif di Indonesia berdasarkan ukuran pencapaian laba bersih, pencapaian pangsa pasar secara keseluruhan dan jumlah aset yang dikelola.

Kinerja tersebut merupakan hal yang membanggakan, ditengah kondisi industri otomotif internasional yang terkonsolidasi sebagai imbas dari gangguan di sisi penawaran akibat tsunami Jepang dan bencana banjir di Thailand.

Untuk membangun karyawan yang mempunyai kompetensi dan loyalitas yang tinggi tersebut, Perusahaan telah menerapkan suatu budaya, yang kami sebut “manajemen dengan hati” yaitu melalui komunikasi antar manajemen ataupun personel inti yang berkesinambungan dan kekeluargaan dengan karyawan, pemberian kompensasi yang memadai serta program pelatihan yang berkesinambungan yang menyentuh hati karyawan, rekan usaha dan komunitas

secara umum. Keseluruhan upaya ini menghasilkan kebanggaan dan kecintaan terhadap Perusahaan.

Adira Finance terus melebarkan sayapnya dengan terus melakukan inovasi atas produk-produk pembiayaan baru dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, serta memperkuat posisinya sebagai perusahaan pembiayaan yang dapat membiayai berbagai merek otomotif. Strategi ini terbukti efektif seiring dengan terus berkembangnya industri otomotif. Dengan dukungan lebih dari 28.000 karyawan dan 653 jaringan usaha yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, Adira Finance telah memantapkan posisinya sebagai salah satu perusahaan pembiayaan konsumen kendaraan bermotor terkemuka di Indonesia.

4.2 Uji Validitas dan Reabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrument penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrument pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} dengan jumlah responden sebanyak 96 responden diperoleh nilai sebesar 0.201. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
<i>Tangibles (X1)</i>	X1.1	0.948	0.201	Valid
	X1.2	0.912		Valid
	X1.3	0.957		Valid
<i>Reliability (X2)</i>	X2.1	0.591	0.201	Valid
	X2.2	0.966		Valid
	X2.3	0.965		Valid
	X2.4	0.941		Valid
<i>Responsiveness (X3)</i>	X3.1	0.975	0.201	Valid
	X3.2	0.979		Valid
	X3.3	0.989		Valid
<i>Assurance (X4)</i>	X4.1	0.852	0.201	Valid
	X4.2	0.892		Valid
	X4.3	0,915		Valid
	X4.5	0.895		Valid

Emphaty (X5)	X5.1	0.898	0.201	Valid
	X5.2	0.885		Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,921	0,201	Valid
	Y2	0.910		Valid
	Y3	0,893		Valid
	Y4	0,920		Valid
	Y5	0,858		Valid

Sumber : Data Diolah

Seperti dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.201$) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir instrumen pernyataan variabel penelitian dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari

para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliable. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliable (Ghozali, 2005).

Tabel 4.2
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alfa	Kesimpulan
<i>Tangibles</i> (X1)	0.932	Reliabel
<i>Reliability</i> (X2)	0.897	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X3)	0.980	Reliabel
<i>Assurance</i> (X4)	0.911	Reliabel
<i>Emphaty</i> (X5)	0.742	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.942	Reliabel

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reabel / handal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.. Artinya kuisisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.3 Analisis Deskriptif Responden

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	52	54.17%
Perempuan	44	45.83%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 52 orang atau 54,17% dan perempuan sebanyak 44 orang atau 45,83%. Dengan demikian, responden terbanyak adalah laki-laki dengan 54,17%, hal ini disebabkan karena kaum laki-laki lebih dominan dalam memutuskan hal-hal yang berkaitan dengan otomotif dibandingkan dengan kaum wanita.

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4.4
Usia Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	5	5.21%
21 – 35 tahun	29	30.21%
> 35 tahun	62	64.58%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi tiga kategori yaitu kurang dari 20 tahun, 20 sampai 35 tahun, dan lebih dari 35 tahun. Dari hasil analisis deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan usia lebih dari 35 tahun sebesar 62 responden atau 64,58%. Hal ini disebabkan karena kelompok pelanggan ini termasuk kelompok yang memiliki aktivitas dan produktivitas yang tinggi, sehingga dalam melakukan aktivitasnya membutuhkan sarana kendaraan (melakukan kredit kendaraan).

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Jenjang Pendidikan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
SD	1	1.04%
SMP	5	5.21%
SMA	29	30.21%
D3	30	31.25%
S1	29	30.21%
S2/S3	2	2.08%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi enam kategori SD, SMP, SMA, Diploma (D3), Strata 1 (S1), dan Strata 2/Strata 3 (S3). Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden yang berpendidikan D3 yaitu sebesar 31,25%. Hal ini berarti penilaian yang diberikan oleh pelanggan terhadap pelayanan Adira Finance lebih representatif karena responden telah memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi.

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Pekerjaan Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Pegawai Swasta	54	56.25%
Pegawai Negeri	12	12.50%
Wiraswasta	20	20.83%
Lain-Lain	10	10.42%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi empat kategori; pegawai swasta; pegawai negeri; wiraswasta; dan lainnya. Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan mayoritas responden adalah mereka yang bekerja sebagai pegawai swasta sebesar 56,25%. Hal ini disebabkan karena responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta membutuhkan layanan perkreditan kendaraan yang lebih berkualitas dan fleksibel.

4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Pendapatan Responden

Pendapatan per bulan	Jumlah	Persentase
< Rp 1.000.000	4	4.17%
Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	53	55.21%
Lebih dari Rp 3.000.000	39	40.63%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi tiga kategori tingkat pendapatan atau uang saku per bulan, yaitu : kurang dari Rp. 1.000.000, Rp. 1.000.000 – Rp 3.000.000 dan lebih dari Rp. 3.000.000. berdasarkan hasil analisis data diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka yang berpenghasilan diantara Rp. 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebesar 55,21%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan jasa Adira Finance adalah pelanggan yang mempunyai pendapatan yang sedang, hal ini disebabkan karena para pelanggan tidak mencari keringanan tagihan dalam proses pembayaran tetapi mencari kualitas pelayanannya.

4.4 Analisis Penilaian Variabel Penilaian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap

masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 4

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,75	=	Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Setuju
1,76 – 2,50	=	Tidak Baik/Tidak Setuju
2,51 – 3,25	=	Baik/Setuju
3,26 – 4,00	=	Sangat Baik/Sangat Setuju

4.4.1 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Tangibles*

Penilaian terhadap variabel *tangibles* adalah bagaimana responden berpendapat tentang daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan, serta penampilan karyawan dari Adira Finance. Hasil penilaian responden terhadap variabel *tangibles* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8
Penilaian Responden Terhadap Variabel *Tangibles*

Indikator	N	Mean	Kriteria
Karyawan Adira Finance berpenampilan rapi	96	3.31	Sangat Baik
Karyawan Adira Finance bersikap ramah dan sopan dalam melaksanakan tugas	96	3.38	Sangat Baik
Kebersihan lingkungan perusahaan Adira Finance terjaga dan nyaman	96	3.27	Sangat Baik
Mean Total	96	3.32	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3.32 dan nilai tersebut kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *tangibles* mampu memberikan pengaruh sangat baik terhadap kepuasan pelanggan terhadap Adira Finance. Sedangkan penilaian responden pada variabel *tangibles* tertinggi adalah pada indikator Karyawan Adira Finance bersikap ramah dan sopan dalam

melaksanakan tugas dengan rata – rata sebesar 3.38 dan penilaian terendah adalah pada indikator kebersihan lingkungan perusahaan Adira Finance terjaga dan nyaman yaitu dengan rata – rata sebesar 3.27 . Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan kepuasan terhadap Adira Finance karena karyawan Adira Finance bersikap ramah dan sopan dalam melaksanakan tugas, di sisi lain responden merasa kurang puas terhadap Adira Finance karena kebersihan lingkungan perusahaan Adira Finance yang kurang terjaga dan nyaman.

4.4.2 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Reliability*

Penilaian terhadap variabel *reliability* adalah bagaimana responden berpendapat tentang berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati atau dijanjikan. Hasil penilaian responden terhadap variabel *Reliability* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Penilaian Responden Terhadap Variabel *Reliability*

Indikator	N	Mean	Kriteria
Karyawan Adira Finance melayani dengan baik (misal : jemput bola angsuran)	96	3.41	Sangat Baik

Karyawan Adira Finance melayani pelanggan tepat waktu	96	3.33	Sangat Baik
Karyawan Adira Finance memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan	96	3.33	Sangat Baik
Karyawan Adira Finance menunjukkan kesungguhan dalam melayani pelanggan	96	3,36	Sangat Baik
Mean Total	96	3.36	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3.36 dan nilai tersebut kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *reliability* mampu memberikan pengaruh sangat baik terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penilaian responden pada variabel *reliability* yang tertinggi adalah pada indikator karyawan Adira Finance melayani dengan baik dengan rata – rata sebesar 3.41 dan penilaian

terendah adalah pada indikator karyawan Adira Finance melayani pelanggan tepat waktu dengan rata – rata sebesar 3.33 . Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan kepuasan pada saat karyawan Adira Finance melayani dengan baik, di sisi lain responden merasa kurang puas dalam pelayanan karyawan yang kurang tepat waktu.

4.4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Responsiveness*

Penilaian terhadap variabel *responsiveness* adalah kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Hasil penilaian responden terhadap *responsiveness* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Penilaian Responden Terhadap Variabel *Responsiveness*

Indikator	N	Mean	Kriteria
Karyawan mampu memberikan informasi produk yang ditawarkan dengan baik	96	3.28	Sangat Baik
Karyawan tanggap dalam merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan	96	3.47	Sangat Baik

Karyawan selalu siap dan sigap dalam menangani keluhan pelanggan	96	3.39	Sangat Baik
Mean Toatal	96	3.38	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3.38 dan nilai tersebut kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* mampu memberikan pengaruh sangat baik terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penilaian respoden pada variabel *responsiveness* tertinggi adalah pada indikator Karyawan tanggap dalam merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan rata – rata sebesar 3.47 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan mampu memberikan informasi produk yang ditawarkan dengan baik dengan rata – rata sebesar 3,28. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan kepuasan pada saat karyawan tanggap dalam merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan, di sisi lain responden merasa kurang puas terhadap karyawan Adira Finance dalam memberikan informasi produk yang ditawarkan.

4.4.4 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Assurance

Penilaian terhadap variabel *assurance* adalah bagaimana responden berpendapat tentang perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi

pelanggan. Hasil penilaian responden terhadap variabel assurance dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Penilaian Responden Terhadap Variabel Assurance

Indikator	N	Mean	Kriteria
Keramahan karyawan Adira Finance dapat dirasakan pelanggan	96	2,79	Baik
Karyawan Adira Finance mempunyai pengetahuan yang luas, terampil dan terlatih	96	2,93	Baik
Karyawan Adira Finance memberikan rasa aman terhadap pelanggan dalam penyimpanan jaminan BPKB	96	3.03	Baik
Karyawan Adira Finance menunjukkan keseriusan dalam		2,85	Baik

melayani pelanggan			
Mean Total	96	2,90	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,90 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *assurance* mampu memberikan pengaruh baik terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penilaian responden pada variabel *assurance* tertinggi adalah pada indikator Karyawan Adira Finance memberikan rasa aman terhadap pelanggan dalam penyimpanan jaminan BPKB dengan rata – rata sebesar 3.03 dan penilaian terendah adalah pada indikator Keramahan karyawan Adira Finance dapat dirasakan pelanggan yaitu dengan rata – rata sebesar 2,79. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan kepuasan karena adanya rasa aman terhadap pelanggan dalam penyimpanan jaminan BPKB, di sisi lain responden merasakan kurang puas terhadap keramahan karyawan Adira Finance.

4.4.5 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel *Emphaty*

Penilaian terhadap variabel *emphaty* adalah bagaimana responden berpendapat tentang perusahaan memahami permasalahan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Hasil penilaian responden terhadap variabel *emphaty* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
Penilaian Responden Terhadap Variabel *Emphaty*

Indikator	N	Mean	Kriteria
Karyawan Adira Finance memberikan perhatian khusus kepada pelanggan	96	2,91	Baik
Karyawan Adira Finance membantu pelanggan dalam memilih produk jasa yang ditawarkan	96	2,92	Baik
Mean Total	96	2,91	Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 2,91 dan nilai tersebut kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel *emphaty* mampu memberikan pengaruh baik terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penilaian responden pada variabel *emphaty* tertinggi adalah pada indikator Karyawan Adira Finance membantu pelanggan dalam memilih produk jasa yang ditawarkan dengan rata – rata sebesar 2,92 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan Adira Finance memberikan perhatian khusus kepada pelanggan yaitu dengan rata – rata sebesar

2,91. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan kepuasan karena adanya Karyawan Adira Finance membantu pelanggan dalam memilih produk jasa yang ditawarkan, di sisi lain responden merasa kurang puas terhadap karyawan adira Finance dalam memberikan perhatian khusus kepada pelanggannya.

4.4.6 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Penilaian terhadap variabel kepuasan pelanggan adalah bagaimana responden berpendapat tentang perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kinerja (hasil) yang dirasakannya dengan apa yang diharapkannya (ekspektasinya). Hasil penilaian responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13
Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Indikator	N	Mean	Kriteria
Pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang diberikan Adira Finance.	96	3,64	Sangat Baik
Pelanggan merasa puas karena karyawan Adira Finance yang	96	3,64	Sangat Baik

profesional.			
Pelanggan merasa puas karena karyawan Adira Finance mampu berkomunikasi baik dengan pelanggan.	96	3,63	Sangat Baik
Pelanggan merasa puas karena karyawan selalu sigap dan tanggap dalam memberikan pelayanan	96	3,68	Sangat Baik
Pelanggan merasa puas karena karyawan Adira Finance selalu membangun hubungan kekeluargaan secara intensif	96	3,69	Sangat Baik
Mean Total	96	3,65	Sangat Baik

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,65 dan nilai tersebut kategori sangat baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen telah merasa sangat puas terhadap pelayanan Adira Finance. Sedangkan penilaian responden pada variabel kepuasan pelanggan tertinggi adalah pada indikator Pelanggan merasa puas karena karyawan Adira Finance selalu membangun hubungan kekeluargaan secara intensif dengan rata – rata sebesar 3,69 dan penilaian terendah adalah pada indikator Karyawan Adira Finance Pelanggan merasa puas karena karyawan Adira Finance mampu berkomunikasi baik dengan pelanggan dan sigap dan tangap dalam memberikan pelayanan yaitu masing-masing dengan rata – rata sebesar 3,63. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasakan kepuasan karena karyawan Adira Finance selalu membangun hubungan kekeluargaan secara intensif, di sisi lain responden merasakan kurang puas terhadap karyawan Adira Finance dalam berkomunikasi baik dengan pelanggan dan sigap dan tangap dalam memberikan pelayanan.

4.5 Analisis Statistik

4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji analisis regresi linier berganda pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel 4.14, berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Regresi Variabel Independen Terhadap Variabel
Dependen

Variabel Independent	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikan	Kesimpulan
<i>Tangibles</i> (X1)	0,332	5,953	0,000	Signifikan
<i>Reliability</i> (X2)	0,155	2,707	0,008	Signifikan
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,142	3,100	0,003	Signifikan
<i>Assurance</i> (X4)	0,152	2,448	0,016	Signifikan
<i>Emphaty</i> (X5)	0,155	2,427	0,017	Signifikan
Konstanta	0,650	3,135	0,002	Signifikan
F hitung	44,578		0,000	Signifikan
R	0,844			
R ²	0,712			

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan bantuan paket program SPSS, dapat diketahui bahwa semua variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent, dengan persamaan garis regresinya adalah:

$$Y = 0,650 + 0,332X_1 + 0,155X_2 + 0,142X_3 + 0,152X_4 + 0,155X_5 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut;

- a. Nilai Konstanta sebesar 0,650. Hal ini berarti jika tidak ada perubahan seluruh variabel independent maka besarnya kepuasan pelanggan akan sebesar 0,650 satuan.
- b. Variabel *tangibles* merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0,332. Berarti bila pada kualitas variabel *tangibles* meningkat sebesar satu satuan kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.332 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik variabel *tangibles* maka semakin besar kepuasan pelanggan.
- c. Variabel *reliability* merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0,155. Berarti bila pada kualitas variabel *reliability* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.155 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik variabel *reliability* maka semakin besar kepuasan pelanggan.
- d. Variabel *responsiveness* merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0.142. Berarti bila pada kualitas variabel *responsiveness* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.142 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik variabel *responsiveness* perusahaan maka semakin besar kepuasan pelanggan.

- e. Variabel *assurance* merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0.152. Berarti bila pada kualitas variabel *assurance* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.152 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik variabel *assurance* yang dimiliki perusahaan maka akan semakin baik pula kepuasan pelanggan.
- f. Variabel *emphaty* merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan koefisien positif sebesar 0.155. Berarti bila pada kualitas variabel *emphaty* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.155 dengan anggapan variabel bebas lainnya dalam kondisi konstan. Adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik variabel *emphaty* yang dimiliki perusahaan maka akan semakin baik pula kepuasan pelanggan.

4.5.2 Uji Hepotesis

4.5.2.1 Uji F

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis, digunakan uji F, yaitu dengan menguji koefisien regresi linear berganda secara serentak sehingga dapat diketahui variabel *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *emphaty* (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Uji statistiknya adalah uji statistik F dan hipotesis yang diajukan yaitu :

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Y).
- b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria pengambilan keputusan pengujian ini adalah :

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS pada Tabel 4. 14 dapat diketahui nilai probabilitas Fhitung sebesar 0.000, karena nilai probabilitas Fhitung < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

4.5.2.2 Uji t Parsial

Untuk menguji pengaruh secara parsial variabel independen terhadap kepuasan pelanggan digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien regresi linear berganda secara parsial. Hipotesa yang diajukan yaitu :

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$: Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$: Ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis ini adalah

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, H_a diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima, H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.14, pada variabel *tangibles* (X1) didapatkan nilai probabilitas t_{hitung} sebesar 0.000. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau $0.000 < 0.05$ dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel *tangibles* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.14 juga menunjukkan bahwa variabel *reliability* didapatkan nilai probabilitas t_{hitung} sebesar 0.008. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau $0.008 < 0.05$ dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Dari hasil perhitungan SPSS pada Tabel 4.14 juga ditunjukkan pada variabel *responsiveness* didapatkan nilai probabilitas t_{hitung} sebesar 0.003. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau $0.003 < 0.05$ dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan

bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel *responsiveness* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pada variabel *assurance* didapatkan nilai probabilitas t_{hitung} sebesar 0.016. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau $0.016 < 0.05$ dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Sedangkan pada variabel *emphaty* didapatkan nilai probabilitas t_{hitung} sebesar 0.017. Nilai tersebut berada di bawah 0.05 atau $0.017 < 0.05$ dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima. Hasil perhitungan ini membuktikan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel *emphaty* terhadap variabel kepuasan pelanggan

4.5.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas

4.5.3.1 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2005) multikolinieritas suatu model dapat di lihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolonieritas.

Hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Tangibles (X1)	.658	1.521
	Reliability (X2)	.617	1.620
	Responsiveness (X3)	.826	1.211
	Assurance (X4)	.457	2.190
	Emphaty (X5)	.457	2.188

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

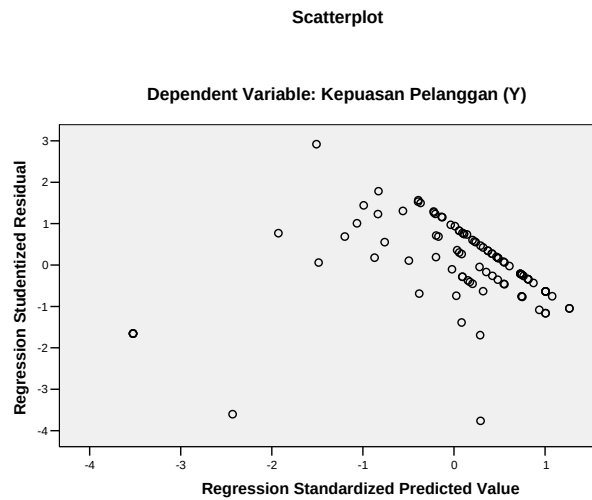
Sumber : Data Diolah, 2013

Berdasarkan uji multikolinieritas di atas, dihasilkan nilai tolerance masing-masing variabel lebih dari 0,10 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi ini.

4.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Yaitu pengujian untuk menemukan kondisi dimana nilai residu (perbedaan antara nilai sesungguhnya dengan nilai pendugaannya) tetapi konstan untuk semua nilai variable bebas (X). Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat gambar scatterplot antara nilai prediksi variable terikat (dependen) yaitu ZEPRED dengan residualnya SRESID. Suatu model persamaan regresi linier berganda dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila residual pada gambar scatterplot terus menyebar. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



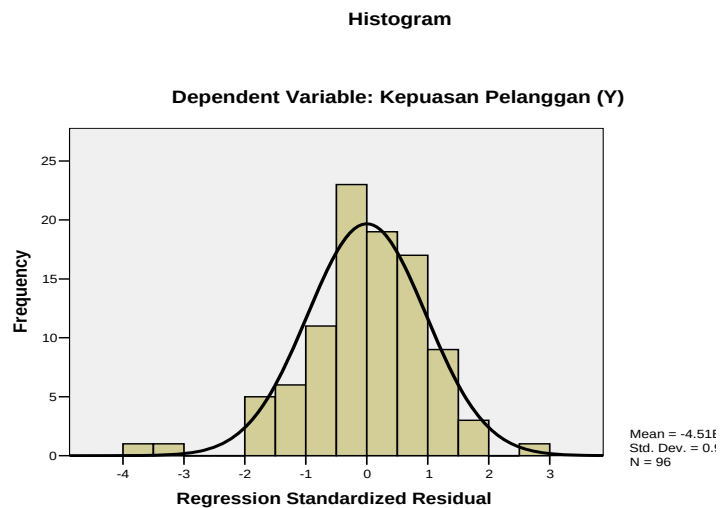
Sumber : Data Diolah, 2013

Dari hasil analisis gambar scatter splot di atas, dihasilkan bahwa titik-titik gambar scatter splot menyebar dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah dalam model regresi ini.

4.5.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kurva normal. Jika sebaran residual mendekati kurva normal, maka dapat dinyatakan bahwa sebaran data adalah normal. Hasil analisis uji normalitas adalah sebagai berikut :

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data Diolah, 2013

Dari grafis diatas dapat diketahui bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data berdistribusi normal.

4.5.3.4 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji yang dapat dilakukan adalah Ramsey test, Uji Ramsey test merupakan uji yang disebut *general test of specification* atau RESET.

Hasil Uji Linieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Nilai R2 Lama

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.712	.696	.38284

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil Nilai R2 Baru

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.903	.896	.22370

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data Diolah

Dari hasil analisis di atas, dapat diketahui nilai Fhitung uji ramsey. Hasil perhitungan adalah sebagai berikut :

$$\frac{(R^2_{new} - R^2_{old}) / m}{(1 - R^2_{new}) / (n - k)}$$

$$\frac{(0.903 - 0.712) / 1}{(1 - 0.903) / (96 - 6)}$$

$$F_{statistik} = 596,539$$

Dari hasil analisis uji ramsey di atas, dihasilkan nilai Fstatistik sebesar 596,539.

Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai Ftabel dengan df sebesar 89 dan

nilai signifikansi 5% sebesar 1,45. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini adalah linier.

4.5.4 Koefisien Determinasi Ganda (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0-1. Artinya, semakin mendekati nol (0) maka pengaruh variabel (X) makin kecil, sebaliknya semakin mendekati angka satu maka pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) semakin besar.

Berdasarkan hasil analisis Tabel 4.14 dapat diketahui nilai (R^2) sebesar 0,712. Dengan nilai koefisien determinasi maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 71,2% dapat dijelaskan sedang sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.5.5 Koefisiensi Determinasi Parsial (r^2)

Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh diantara kelima variabel yang terdiri dari variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* digunakan koefisien determinasi parsial. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh koefisien determinasi parsial untuk masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 4.17

Hasil Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Nilai Koefisien Korelasi (r)	r²
<i>Tangibles</i> (X1)	0,533	0.284
<i>Reliability</i> (X2)	0,487	0.237
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,365	0.133
<i>Assurance</i> (X4)	0,394	0.155
<i>Emphaty</i> (X5)	0,425	0.181

Sumber : Data SPSS diolah

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi parsial untuk variabel *tangibles* diperoleh koefisien determinasi parsial terbesar yaitu sebesar 0,284. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangibles* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel dari variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini dapat dilihat dari pengujian hipotesis menggunakan uji t yang mendapatkan hasil nilai probabilitas masing-masing variabel masih dibawah 0,05.
2. Berdasarkan hasil analisis uji serentak (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel dari variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini dapat dilihat dari pengujian hipotesis menggunakan uji F yang mendapatkan hasil nilai probabilitas masing-masing variabel masih dibawah 0,05.
3. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi berganda, dihasilkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,712. Dengan nilai koefisien determinasi maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel dari variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelangga sebesar 71,2% dapat dijelaskan, sedang sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi parsial masing - masing variabel, dapat disimpulkan bahwa variabel *tangibles* diperoleh koefisien determinasi parsial terbesar yaitu sebesar 0,284. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *tangibles* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan bahwa variable *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara serentak dan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Adira Finance. Selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi manajemen Adira Finance yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan kesimpulan, variabel-variabel independen mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga disarankan agar pihak manajemen Adira Finance meningkatkan kualitas variabel-variabel tersebut dengan cara :
 - a. Meningkatkan kedisiplinan para karyawan dalam memanfaatkan waktu agar karyawan dapat lebih efektif dan efisien dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.
 - b. Pihak Adira melakukan peningkatan pengetahuan dan kecakapan yang baik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan.
 - c. Meningkatkan rasa kepercayaan pelanggan dengan cara memberikan jaminan atas rasa aman terhadap pelanggan mengenai barang-barang jaminan mereka yang dijadikan kredit.

- d. Meningkatkan kedekatan hubungan antara para karyawan dan pelanggan dengan cara mengadakan acara bersama , agar pelanggan merasakan keramahan dari para karyawan yang lebih kekeluargaan.
2. Berdasarkan kesimpulan, variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel *tangibles* sehingga pihak Adira harus meningkatkan kualitas *tangibles* seperti peningkatan penampilan karyawan, peningkatan sikap ramah dan sopan dalam melaksanakan tugas oleh karyawan dan peningkatan kebersihan lingkungan perusahaan agar lebih terjaga dan nyaman.

Daftar Pustaka

- Afwanna, I.S.N. (2008), *Analisis Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Debitur*.
- Astriena, Y. (2011), *Analisi Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Khusus Pada Bus Patas PO. Efisiensi Kebumen)*, Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan), Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Djarwanto dan Subagyo. (1993), *Statistik Induktif*, Edisi Keempat, Yogyakarta : BPEE.
- Ghozali, I. (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (1997), *Manajemen Pemasaran*, 9e Jilid I, New Jersey : Prentice – Hall.
- _____ (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Jakarta : Indeks.
- Loke, S.P., Toiwo, A.A., Salim, H.M., and Downe, A.G. (2011), Service Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider, *Journal International Conference on Financial Management and Economics*, 11: 26.
- Lopiyoadi, R. (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*, Jakarta : Salemba Empat.
- Palilati, A. (2005), *Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Wilayah Etnik Bugis*, Kendari : h, 65-74.
- Pasha, M.K. (2009), *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Asuransi Adira (Autocillin) Di Yogyakarta*, Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Putra, P.E. (2009), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Bus PO. Rosalia Indah*, Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan), Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Sugiono. (2006), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kesembilan, Bandung : CV Alfabeta.

Tjiptono, F. (2002), *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, F dan Chandra G. (2007), *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta : Andi Offset.

LAMPIRAN I

KUESIONER



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telepon (0274) 881546 - 885376 - 884019 - Fax. : 882589

Nomor : 255/DEK/10/Div.SDM/XI/2012
Hal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

21 November 2012

Kepada Yth.
Branch Manager/ Deputy Branch Manager Adira
Cabang Yogyakarta 2

.Assalamu'alaikum wr.wb.

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa riset/penelitian. Sehubungan dengan hal itu mahasiswa kami :

Nama : Tyasari Nastiti
No. Mahasiswa : 09 311 009
Jurusan : Manajemen
Alamat : Ringinsari, Rt.04/Rw.05, Wonosari, Wonosari Gunungkidul Yk

Bermaksud mohon keterangan/data pada instansi/perusahaan yang Saudara pimpin untuk keperluan menyusun skripsi judul. **"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul"**

Dosen Pembimbing : Drs.Al Hasin MBA

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data/keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut.

Atas perkenan dan bantuan Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA
88 312 0104

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Edy Sumantoro
Jabatan : Representatif Office Head
PT Adira Dinamika Multi Finance
Jln Brigjen Katamso no 16 Wonosari Gunungkidul

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Tyasari Nastiti
No Mahasiswa: 09 311 009
Jurusan : Manajemen
Alamat : Ringinsari, RT 04 RW 05, Wonosari, Wonosari, Gunungkidul, DIY

Telah datang ke kantor kami untuk memohon keterangan dan data serta melakukan penyebaran kuisioner untuk menyusun skripsi yang berjudul “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagai mestinya.

Wonosari, 29 Januari 2013

Mengetahui

ADIRA
FINANCE
Edi Sumantoro

Representatif Office Head



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Fakultas Ekonomi

Kepada yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i Responden

Pelanggan Adira Finance Wonosari

Ditempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan diadakannya penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Adira Finance Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, maka saya mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I dapat meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan dalam kuisioner ini. Jawaban yang anda berikan akan sangat berarti

bagi saya, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan, atas kesediaan untuk mengisi kuisioner ini saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Januari 2013

Hormat saya,

Tyasari Nastiti

A. Karakteristik Konsumen

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai.

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. < 20^{tahun}
 - b. 21 – 35^{tahun}
 - c. > 35^{tahun}
4. Pendidikan terakhir :

a. SD	d. D3
b. SMP	e. S1
c. SMA	f. S2/S3
5. Pekerjaan :

a. Pegawai Negeri	c. Wiraswasta
b. Pegawai Swasta	d. Lain-lain
6. Pendapatan / Uang saku per bulan
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 - c. Lebih dari Rp 3.000.000

B. Kualitas Pelayanan

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan penilaian anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut ini, dengan pedoman :

STS = Sangat Tidak Setuju S = Setuju

TS = Tidak Setuju SS = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
A	Tangibles (Bukti Fisik)				
1.	Karyawan Adira Finance berpenampilan rapi				
2.	Karyawan Adira Finance bersikap ramah dan sopan dalam melaksanakan tugas				
3.	Kebersihan lingkungan perusahaan Adira Finance terjaga dan nyaman				

B	Reliability (Kehandalan)				
1.	Karyawan Adira Finance melayani dengan baik (misal : jemput bola angsuran)				
2.	Karyawan Adira Finance melayani pelanggan tepat waktu				
3.	Karyawan Adira Finance memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan				
4.	Karyawan Adira Finance menunjukkan kesungguhan dalam melayani pelanggan				
C	Responsiveness (Daya Tanggap)				
1.	Karyawan Adira Finance mampu				

	memberikan informasi produk yang ditawarkan dengan baik				
2.	Karyawan tanggap dalam merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan				
3.	Karyawan Adira Finance selalu siap dan sigap dalam menangani keluhan pelanggan				
D	Assurance (Jaminan)				
1.	Keramahan karyawan Adira Finance dapat dirasakan pelanggan				
2.	Karyawan Adira Finance mempunyai pengetahuan yang luas, terampil dan terlatih				
3.	Karyawan Adira Finance memberikan rasa aman terhadap pelanggan dalam penyimpanan jaminan				

	BPKB				
4.	Karyawan Adira Finance menunjukkan keseriusan dalam melayani pelanggan				
E	Emphaty (Empati)				
1.	Karyawan Adira Finance memberikan perhatian khusus kepada pelanggan				
2.	Karyawan Adira Finance membantu pelanggan dalam memilih produk jasa yang ditawarkan				

C. Kepuasan Pelanggan

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan penilaian anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut ini, dengan pedoman :

STS = Sangat Tidak Setuju S = Setuju

TS = Tidak Setuju SS = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang diberikan Adira Finance.				
2.	Pelanggan merasa karena karyawan Adira Finance yang profesional.				
3.	Pelanggan merasa puas karena karyawan Adira Finance mampu berkomunikasi baik dengan pelanggan.				
4.	Pelanggan merasa puas karena karyawan selalu sigap dan tanggap dalam memberikan pelayanan				

5.	Pelanggan merasa puas karena karyawan Adira Finance selalu membangun hubungan kekeluargaan secara intensif				
----	--	--	--	--	--

~ Terima Kasih ~

LAMPIRAN II

REKAPITULASI DATA

ENTRY DATA 96 RESPONDEN

Res	Karakteristik Responden					<i>Tangibles</i>				<i>Reliability</i>					<i>Responsiveness</i>				Assurance					<i>Emphaty</i>			Kepuasan Pelanggan				
	Gen der	Usia	Pendi- dikan	Peker- jaan	Penda- patan	1	2	3	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	3	Mean	1	2	3	4	Mean	1	2	Mean	1	2	3	4	5
1	P	< 20	SMA	Lain-Lain	< 1 juta	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	1	1	1	1	1
2	L	21- 35	SD	Lain-Lain	< 1 juta	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	1	1	1	1	1
3	P	> 35	SMA	Lain-Lain	> 3 juta	3	3	3	3.00	3	3	3	4	3.25	4	4	4	4.00	2	4	4	4	3.50	3	3	3.00	4	4	4	4	4
4	P	> 35	SMA	Lain-Lain	> 3 juta	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4.00	1	1	1	1.00	2	4	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	4	3
5	P	21- 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	1	1	1	1	1.00	4	4	4.00	4	4	3	4	3
6	L	21- 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	1	1	1	1	1
7	L	21- 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	2	2	2	2.00	2	4	4	4	3.50	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4.00	1	1	1.00	3	2	4	4	3
8	L	21- 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	4	3	3	3.25	1	1	1.00	3	4	3	3	3
9	L	< 20	SMA	P. Swasta	> 3 juta	1	1	1	1.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	2	2	3.00	1	1	1.00	3	3	3	3	2
10	L	< 20	SMA	P. Swasta	> 3 juta	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	2	2	2.50	2	3	2.50	4	4	4	4	4
11	L	21- 35	SMP	Lain-Lain	< 1 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	3	4	4
12	L	< 20	SMA	Lain-Lain	> 3 juta	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4
13	L	< 20	SMA	Lain-Lain	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	4	4	3	3	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4
14	L	> 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	1	1	1	1.00	4	2	2	2	2.50	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	3

15	L	> 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	4	3	3	3.33	2	4	4	4	3.50	3	4	4	3.67	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	3	4	4	4	3
16	P	> 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	1	1	1	1.00	3	3	4	4	3.50	4	3	3.50	3	4	4	4	4
17	L	> 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	3	3	3	3.00	3	2	2	3	2.50	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	4	2	3.00	4	4	4	4	4
18	L	> 35	SMA	P. Negeri	> 3 juta	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	1	1	1	1	1.00	3	3	3.00	4	4	4	4	3
19	L	21- 35	SMA	Lain-Lain	> 3 juta	3	3	3	3.00	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	2	3	3	2	2.50	2	3	2.50	4	4	4	4	4
20	L	21- 35	SMA	Lain-Lain	> 3 juta	2	2	2	2.00	2	3	3	3	2.75	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	3
21	P	21- 35	SMA	Lain-Lain	> 3 juta	4	3	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4
22	L	21- 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	2	3	2	2.50	2	3	2.50	4	4	4	4	3
23	L	> 35	SMP	P. Swasta	< 1 juta	3	3	3	3.00	3	3	3	4	3.25	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	2	4	4	4	4
24	L	> 35	SMP	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	2	2	2	2.50	3	2	2.50	4	4	4	4	4
25	L	> 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	2	2	2	2.50	2	2	2	2.00	3	3	3	3	3.00	4	2	3.00	4	4	4	4	4
26	P	> 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	3	3.25	4	2	3.00	4	4	4	4	4
27	L	> 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	4	3	3.67	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	2	3	2	2	2.25	2	3	2.50	4	4	4	4	4
28	L	> 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4.00	1	1	1	1.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	3	4	4	4
29	L	21- 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	4	2	4	4	4
30	P	21- 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4
31	L	21- 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	1	1	1	1	1.00	3	2	2.50	4	4	4	4	4
32	L	21- 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	2	1	1	2.00	4	4	4	4.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	4	3	3	4	4
33	P	21- 35	SMP	P. Swasta	1-3 juta	3	3	3	3.00	3	3	3	2	2.75	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	2	3	3	2	4
34	L	21- 35	SMA	P. Swasta	> 3 juta	4	3	4	3.67	4	2	2	2	2.50	4	4	4	4.00	4	4	4	2	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4
35	L	21-	S1	P. Swasta	> 3	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	1	1	1	1.00	3	3	4	4	3.50	1	1	1.00	3	3	3	3	4

		35			juta																													
36	L	21-35	S1	P. Swasta	> 3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	2	3	4	1	2.50	2	3	2.50	4	4	4	4	4	4	4	4
37	L	21-35	S1	P. Swasta	> 3 juta	3	4	4	3.67	4	2	2	1	2.25	4	4	4	4.00	2	3	4	3	3.00	3	3	3.00	4	3	3	4	4	4	4	4
38	L	21-35	S1	P. Swasta	> 3 juta	4	4	3	3.67	3	4	4	4	3.75	1	1	1	1.00	3	3	4	4	3.50	3	4	3.50	3	3	4	3	4	4	4	4
39	P	> 35	S2/S3	P. Swasta	> 3 juta	4	3	4	3.67	4	2	1	1	2.00	4	4	4	4.00	3	4	4	3	3.50	4	3	3.50	4	3	2	3	4	4	4	4
40	L	> 35	S2/S3	P. Swasta	> 3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4
41	L	> 35	S1	P. Swasta	> 3 juta	3	4	3	3.33	4	1	1	1	1.75	3	4	3	3.33	3	4	3	4	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4	4	4	4
42	L	> 35	SMP	P. Swasta	1-3 juta	4	3	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	3	4	4	3	3.50	3	4	3.50	4	3	4	4	4	4	4	4
43	L	> 35	S1	P. Swasta	> 3 juta	3	3	3	3.00	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4	4	4	4
44	L	> 35	S1	P. Swasta	> 3 juta	3	3	3	3.00	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	2	4	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4
45	L	> 35	S1	P. Swasta	> 3 juta	4	3	4	3.67	4	3	3	4	3.50	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	3	4	4	4	4	4
46	L	21-35	S1	P. Swasta	> 3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00	4	2	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4
47	P	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4
48	L	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	2	2	2	2.00	2	1	2	2	1.75	3	4	4	3.67	4	4	2	2	3.00	4	2	3.00	3	3	3	4	4	4	4	4
49	L	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	4	4	3	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4	4	4	4
50	P	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	2	4	3	3.00	4	2	3.00	4	4	4	4	4	4	4	3
51	L	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	3	4	3	4	4	4	4	3
52	L	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	4	3	3.67	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	2	4	4	4	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4	4	4	3
53	L	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	3	4	3.67	4	2	2	1	2.25	3	3	3	3.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	3	3	4	3	4	4	4	3
54	P	21-35	S1	P. Swasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	3	2	3	2	2.50	2	3	2.50	4	4	4	4	4	4	4	4
55	P	> 35	S1	P. Swasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	4	2	3	3	3.00	2	2	2	2.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4

56	P	> 35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	3	3	3.33	2	4	4	4	3.50	3	4	4	3.67	4	3	3	4	3.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4
57	P	> 35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4
58	P	> 35	S1	P. Swasta	1-3 juta	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00	4	4	4	4.00	4	4	4	2	3.50	3	4	3.50	3	3	4	4	4
59	P	> 35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	4	3	3.50	3	4	4	4	4
60	P	> 35	S1	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4
61	P	> 35	S1	Wiraswasta	1-3 juta	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	1	1	1	1	1
62	P	> 35	S1	Wiraswasta	1-3 juta	4	4	3	3.67	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	1	1	1	1	1.00	1	1	1.00	4	4	3	4	4
63	P	> 35	S1	Wiraswasta	1-3 juta	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	3	4	4
64	L	> 35	S1	Wiraswasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	3	4
65	P	> 35	S1	Wiraswasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	2	4
66	P	> 35	S1	Wiraswasta	1-3 juta	3	3	3	3.00	2	2	2	3	2.25	3	4	4	3.67	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	4	4
67	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	4	4
68	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	3	3	3	3.00	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	4	4	3	3	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4
69	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4
70	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	4	4	4	2	3.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4
71	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	4	4
72	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	2	2	2.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4
73	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	1	1	1	1.00	1	2	2	2	1.75	2	2	2	2.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	3	4	4
74	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	2	2	3	3	2.50	2	3	2.50	2	2	2	2	4
75	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	4	4	3	3.67	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	2	4	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	4	4
76	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4

					juta																											
77	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	3	4	4	4	3.75	3	3	3	3.00	4	2	4	4	3.50	4	3	3.50	4	4	3	3	4	
78	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4	4	4	
79	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	4	3	4	3.50	3	4	3.50	4	4	3	4	4	
80	P	> 35	D3	Wiraswasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	2	2	1	2.25	4	4	4	4.00	3	4	4	3	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4	
81	P	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	1	4	4	3	3.00	2	4	3.00	4	4	4	4	4	
82	P	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	3	3.67	3	2	2	2	2.25	2	2	2	2.00	3	3	4	4	3.50	2	4	3.00	4	4	4	4	4	
83	P	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	3	4	3.67	4	3	3	3	3.25	4	4	4	4.00	3	2	2	2	2.25	3	2	2.50	4	4	4	4	4	
84	P	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	3	2	2	2	2.25	3	3	3	3.00	3	2	3	2	2.50	2	3	2.50	4	4	4	4	4	
85	P	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	3	4	3	3.33	4	4	4	4	4.00	3	4	3	3.33	3	3	4	4	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4	
86	P	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	3	4	4	3.67	1	1	1	1	1.00	2	4	3.00	4	4	4	4	4	
87	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	2	2	2	2.50	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	4	3	3.50	4	4	4	4	4	
88	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	1	1	1	1.00	3	4	4	4	3.75	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	3	4	3.50	3	3	4	3	4	
89	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	2	2	3	2.75	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	3	4	4	
90	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	2	2	2	2.50	4	4	4	4.00	1	1	4	4	2.50	2	3	2.50	4	4	4	3	4	
91	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	3	4	4	3.67	4	3	3	3	3.25	4	4	4	4.00	3	3	2	2	2.50	2	3	2.50	3	3	4	4	4	
92	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	3	3	4	3.50	4	4	4	4.00	3	4	3	4	3.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4	
93	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	3	3	4	4	3.50	3	4	3.50	4	4	4	4	4	
94	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00	3	3	3	3.00	3	3	2	2	2.50	2	3	2.50	4	4	4	4	4	
95	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	1	1	1	1.00	1	1	1	1	1.00	3	4	3	3.33	1	1	1	1	1.00	3	3	3.00	1	1	1	1	1	
96	L	> 35	D3	P. Swasta	1-3 juta	3	3	3	3.00	2	4	4	4	3.50	3	4	4	3.67	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4	4	4	

Mean	3.31	3.38	3.27	3.32	3.41	3.33	3.33	3.36	3.36	3.28	3.47	3.39	3.38	2.79	2.93	3.03	2.85	2.90	2.91	2.92	2.91	3.64	3.64	3.63	3.68	3.69
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

LAMPIRAN III

**HASIL UJIAN VALIDITAS &
RELIABILITAS**

Hasil Uji Validitas *Tangibles*

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.769**	.901**	.948**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.769**	1	.796**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.901**	.796**	1	.957**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.948**	.912**	.957**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Reliability*

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.415**	.387**	.346**	.591**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.415**	1	.980**	.929**	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.387**	.980**	1	.948**	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	.346**	.929**	.948**	1	.941**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.591**	.966**	.965**	.941**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Responsiveness*

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.919**	.950**	.975**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.919**	1	.960**	.979**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	.950**	.960**	1	.989**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.975**	.979**	.989**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Assurance*

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.755**	.656**	.638**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X4.2	Pearson Correlation	.755**	1	.736**	.684**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X4.3	Pearson Correlation	.656**	.736**	1	.847**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
X4.4	Pearson Correlation	.638**	.684**	.847**	1	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.852**	.892**	.915**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas *Emphaty*

Correlations

Correlations

		X5.1	X5.2	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	.591**	.898**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	96	96	96
X5.2	Pearson Correlation	.591**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.898**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.828**	.747**	.828**	.742**	.921**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.828**	1	.765**	.793**	.706**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.747**	.765**	1	.800**	.711**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.828**	.793**	.800**	1	.718**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	.742**	.706**	.711**	.718**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.921**	.910**	.893**	.920**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas *Tangibles*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	3

Uji Reliabilitas *Reliability*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	4

Uji Reliabilitas *Responsiveness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.980	3

Uji Reliabilitas *Assurance*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	4

Uji Reliabilitas *Emphaty*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	2

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	5

LAMPIRAN IV

FREKUENSI KARAKTERISTIK

RESPONDEN DAN VARIABEL

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	44	45.8	45.8	45.8
	laki-Laki	52	54.2	54.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	5	5.2	5.2	5.2
	21-35 tahun	29	30.2	30.2	35.4
	> 35 Tahun	62	64.6	64.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	1	1.0	1.0	1.0
	SMP	5	5.2	5.2	6.3
	SMA	29	30.2	30.2	36.5
	D3	30	31.3	31.3	67.7
	S1	29	30.2	30.2	97.9
	S2/S3	2	2.1	2.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pekerjaan

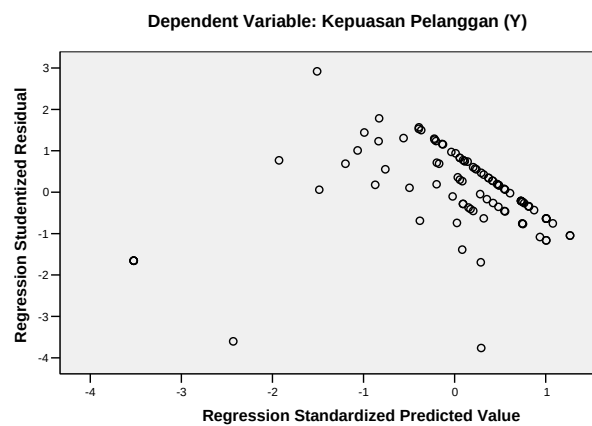
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai negeri	12	12.5	12.5	12.5
	Pegawai Swasta	54	56.3	56.3	68.8
	Wiraswasta	20	20.8	20.8	89.6
	lain-Lain	10	10.4	10.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pendapatan

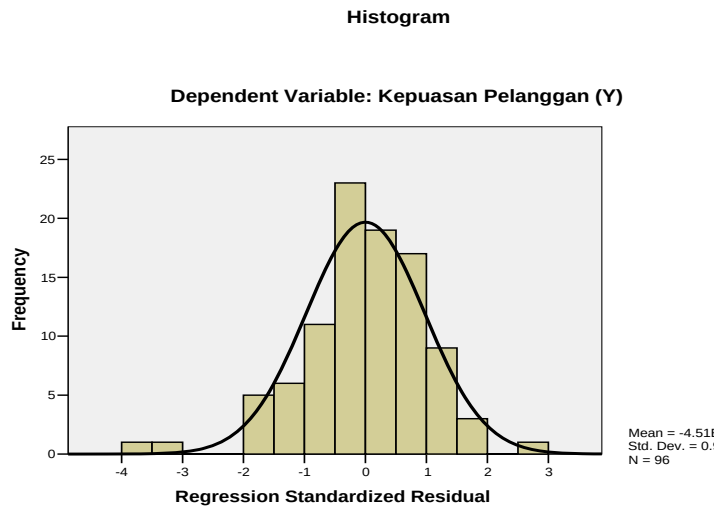
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 Juta	4	4.2	4.2	4.2
1 Juta - 3 Juta	53	55.2	55.2	59.4
> 3 Juta	39	40.6	40.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Uji Heterokedasitas

Scatterplot



Uji Normalitas



Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Tangibles (X1)	.658	1.521
	Reliability (X2)	.617	1.620
	Responsiveness (X3)	.826	1.211
	Assurance (X4)	.457	2.190
	Emphaty (X5)	.457	2.188

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Analisis Regresi Linier Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Emphaty (X5), Tangibles (X1), Responsiveness (X3), Reliability (X2), Assurance (X4)	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.712	.696	.38284

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.669	5	6.534	44.578	.000 ^a
	Residual	13.191	90	.147		
	Total	45.860	95			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.650	.207		3.135	.002
	Tangibles (X1)	.332	.056	.415	5.953	.000
	Reliability (X2)	.155	.057	.195	2.707	.008
	Responsiveness (X3)	.142	.046	.193	3.100	.003
	Assurance (X4)	.152	.062	.205	2.448	.016
	Emphaty (X5)	.155	.064	.203	2.427	.017

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.5859	4.3949	3.6521	.58641	96
Residual	-1.42292	1.03365	.00000	.37263	96
Std. Predicted Value	-3.523	1.267	.000	1.000	96
Std. Residual	-3.717	2.700	.000	.973	96

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT

PADA α 5%

N	2-tailed	1-tailed	25	0.5052	0.3365
3	0.9999	0.9877	26	0.4958	0.3297
4	0.9900	0.9000	27	0.4869	0.3233
5	0.9587	0.8054	28	0.4785	0.3172
6	0.9172	0.7293	29	0.4705	0.3115
7	0.8745	0.6694	30	0.4629	0.3061
8	0.8343	0.6215	31	0.4556	0.3009
9	0.7977	0.5822	32	0.4487	0.296
10	0.7646	0.5494	33	0.4421	0.2913
11	0.7348	0.5214	34	0.4357	0.2869
12	0.7079	0.4973	35	0.4296	0.2826
13	0.6835	0.4762	36	0.4238	0.2785
14	0.6614	0.4575	37	0.4182	0.2746
15	0.6411	0.4409	N	2-tailed	1-tailed
16	0.6226	0.4259	38	0.4128	0.2709
17	0.6055	0.4124	39	0.4076	0.2673
18	0.5897	0.4000	40	0.4026	0.2638
19	0.5751	0.3887	41	0.3978	0.2605
20	0.5614	0.3783	42	0.3932	0.2573
21	0.5487	0.3687	43	0.3887	0.2542
22	0.5368	0.3598	44	0.3843	0.2512
23	0.5256	0.3515	45	0.3801	0.2483
24	0.5151	0.3438	46	0.3761	0.2455

47	0.3721	0.2429
48	0.3683	0.2403
49	0.3646	0.2377
50	0.3610	0.2353
51	0.3575	0.2329
52	0.3542	0.2306
53	0.3509	0.2284
54	0.3477	0.2262
55	0.3445	0.2241
56	0.3415	0.2221
57	0.3385	0.2201
58	0.3357	0.2181
59	0.3328	0.2162
60	0.3301	0.2144
61	0.3274	0.2126
62	0.3248	0.2108
63	0.3223	0.2091
64	0.3198	0.2075
65	0.3173	0.2058
66	0.3150	0.2042
67	0.3126	0.2027
68	0.3104	0.2012
69	0.3081	0.1997
70	0.3060	0.1982
71	0.3038	0.1968
72	0.3017	0.1954

73	0.2997	0.194
74	0.2977	0.1927
75	0.2957	0.1914
76	0.2938	0.1901
77	0.2919	0.1888
78	0.2900	0.1876
79	0.2882	0.1864
80	0.2864	0.1852
81	0.2847	0.1841
82	0.2830	0.1829
83	0.2813	0.1818
84	0.2796	0.1807
85	0.2780	0.1796
86	0.2764	0.1786
87	0.2748	0.1775
88	0.2732	0.1765
89	0.2717	0.1755
90	0.2702	0.1745
91	0.2687	0.1735
92	0.2673	0.1726
93	0.2659	0.1716
94	0.2645	0.1707
95	0.2631	0.1698
96	0.2617	0.1689
97	0.2604	0.168
98	0.2591	0.1671

99	0.2578	0.1663	100	0.2565	0.1654
----	--------	--------	-----	--------	--------