

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *total quality service* (TQS) yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterkaitan total, sistem pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan pelanggan pada klub kebugaran Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta. Hasil penelitian beserta analisisnya dapat dilihat pada uraian di bawah ini.

4.1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 orang responden maka dapat diidentifikasi karakteristik dari responden sebagai berikut:

4.1.1. Jenis Kelamin Responden

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

Tabel 4.1.
Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Laki-laki	42	42%
2.	Perempuan	58	58%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 59 orang (59%) dan sisanya sebanyak 41 orang (41%) adalah laki-laki. Hal ini disebabkan karena sebagian besar members pada Cakra Kembang Sport Centre adalah perempuan yang berkeinginan untuk memiliki bentuk tubuh yang ideal.

4.1.2. Usia Responden

Berdasarkan tingkat usianya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel 4.2 di bawah:

Tabel 4.2.
Klasifikasi Responden Menurut Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	< 20	39	39%
2.	20 – 25	35	35%
3.	26 – 30	16	16%
4.	> 30	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berusia kurang dari 20 tahun yaitu sebanyak 39 orang (39%), kemudian responden yang berusia antara 21 – 25 tahun sebanyak 35 orang (35%) dan responden yang berusia antara 26 – 30 tahun sebanyak 16 orang (16%). Sedangkan sisanya sebanyak 10 orang (10%) berusia lebih dari 30 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar members pada Cakra Kembang Sport Centre adalah berusia muda.

4.1.3. Status Perkawinan Responden

Berdasarkan status perkawinannya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.3.
Klasifikasi Responden Menurut Status Perkawinan

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	Kawin	38	38%
2.	Belum kawin	62	62%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berstatus belum kawin yaitu sebanyak 62 orang (62%) dan sisanya sebanyak 38 orang (38%) sudah berstatus kawin.

4.1.4. Pendidikan Responden

Berdasarkan tingkat pendidikannya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel 4.4 di bawah:

Tabel 4.4.
Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Pendidikan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	SLTP	6	6%
2.	SLTA	20	20%
3.	Diploma	31	31%
4.	Sarjana	43	43%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berpendidikan Sarjana yaitu sebanyak 43 orang (43%), kemudian responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 31 orang (31%) dan responden yang berpendidikan SLTA sebanyak 20 orang (20%). Sedangkan sisanya sebanyak 6 orang (6%) berpendidikan SLTA. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar members pada Cakra Kembang Sport Centre adalah mempunyai bekal pendidikan yang memadai.

4.1.5. Lama Keanggotaan Responden

Berdasarkan lamanya responden menjadi members, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel 4.5 di bawah:

Tabel 4.5.
Klasifikasi Responden Menurut Lama Keanggotaan

No.	Lama Keanggotaan (Bulan)	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	< 3	12	10,91%
2.	3 – 6	24	21,82%
3.	6 – 9	53	48,18%
4.	> 9	21	19,09%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini telah menjadi anggota klub kebugaran Cakra Kembang Sport Centre antara 6 – 9 bulan yaitu sebanyak 53 orang (53%), kemudian antara 3 – 6 bulan sebanyak 24 orang (24%) dan lebih dari 9 bulan sebanyak 21 orang (21%). Sedangkan sisanya sebanyak 12 orang (12%) baru menjadi anggota selama kurang

dari 3 bulan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar members pada Cakra Kembang Sport Centre adalah mempunyai loyalitas yang cukup tinggi.

4.1.6. Tingkat Pendapatan Responden

Berdasarkan tingkat pendapatannya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan seperti pada tabel 4.6 di bawah:

Tabel 4.6.
Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Pendapatan

No.	Tingkat Pendapatan (Rp)	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Persentase
1.	< 1.000.000	46	46%
2.	1.000.000 – 1.500.000	31	31%
3.	1.500.001 – 2.000.000	20	20%
4.	> 2.000.000	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah.

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini mempunyai pendapatan per bulan kurang dari Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 46 orang (46%), kemudian antara Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 31 orang (31%) dan antara Rp. 1.500.001 – Rp. 2.000.000 sebanyak 20 orang (20%). Sedangkan sisanya sebanyak 3 orang (3%) mempunyai tingkat pendapatan lebih dari Rp. 2.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar members pada Cakra Kembang Sport Centre belum mempunyai tingkat pendapatan yang tinggi karena sebagian besar members masih berstatus sebagai mahasiswa.

4.2. Analisis Kualitatif

Selain tentang karakteristik responden maka dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan juga akan diperoleh variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang meliputi fokus pada pelanggan, keterkaitan total, sistem pengukuran, dukungan sistematis, perbaikan berkesinambungan serta kepuasan pelanggan. Adapun deskripsi dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah tertuang dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Mean	Standar Deviasi	Kisaran Teoritik	Kisaran Aktual
Fokus pada pelanggan	3,5625	0,3542	1 – 5	2,50 – 4,25
Keterkaitan total	3,8500	0,4699	1 – 5	2,67 – 4,67
Sistem pengukuran	3,6950	0,4545	1 – 5	2,50 – 4,50
Dukungan sistematis	3,8433	0,4005	1 – 5	2,67 – 4,67
Perbaikan berkesinambungan	3,5867	0,4473	1 – 5	2,67 – 5,00
Kepuasan pelanggan	3,7360	0,2841	1 – 5	3,00 – 4,60

Sumber: Data primer yang diolah.

Kemudian untuk mengambil kesimpulan terhadap variabel-variabel penelitian tersebut disusun berdasarkan distribusi frekuensi dengan *range* data adalah kisaran teoritik dengan jumlah kelas interval yang diambil adalah 5 (lima) kelas. Interval kelas untuk masing-masing dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

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

Sehingga dapat dibuat kelas interval serta kategorinya sebagai berikut:

Tabel 4.2.
Kelas Interval dan Kategori

No	Kelas Interval	Kategori
1.	1,00 – 1,80	Tidak baik
2.	1,81 – 2,60	Kurang baik
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik
4.	3,41 – 4,20	Baik
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik

4.2.1. Fokus Pada Pelanggan (X_1)

Variabel fokus pada pelanggan (*customer focus*) ini menjelaskan prioritas utama yang digunakan dalam memuaskan pelanggan. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel fokus pada pelanggan adalah kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, harapan pelanggan serta mengumpulkan dan memanfaatkan informasi. Data tentang variabel fokus pada pelanggan ini diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan sejumlah 4 butir. Adapun hasil pengukuran selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3.
Tanggapan Responden Mengenai
Fokus Pada Pelanggan

No	Skor	Kategori	Jumlah	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1.	1,00 – 1,80	Tidak baik	0	0
2.	1,81 – 2,60	Kurang baik	2	2
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik	22	22
4.	3,41 – 4,20	Baik	73	73
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik	3	3
Jumlah			100	100

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel fokus pada pelanggan yaitu sebanyak 73 orang (73%). Kemudian yang menyatakan cukup baik sebanyak 22 orang (22%), sangat baik sebanyak 3 orang (3%) dan sisanya sebanyak 2 orang (2%) menyatakan kurang baik. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,5625 menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel fokus pada pelanggan.

4.2.2. Keterlibatan Total (X_2)

Variabel ini menjelaskan tentang keterlibatan manajemen dan memberikan peluang untuk memperbaiki semua karyawan agar dapat berpartisipasi aktif. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah pengetahuan karyawan, sikap pimpinan dan sikap karyawan terhadap konsumen. Data tentang variabel ini diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan sejumlah 3 butir dan hasil pengukuran selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4.
Tanggapan Responden Mengenai
Keterlibatan Total

No	Skor	Kategori	Jumlah	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1.	1,00 – 1,80	Tidak baik	0	0
2.	1,81 – 2,60	Kurang baik	0	0
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik	21	21
4.	3,41 – 4,20	Baik	60	60
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik	19	19
Jumlah			100	100

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel keterlibatan total yaitu sebanyak 60 orang (60%). Kemudian yang menyatakan cukup baik sebanyak 21 orang (21%) dan sisanya sebanyak 19 orang (2%) menyatakan sangat baik. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,8500 menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel keterlibatan total.

4.2.3. Pengukuran (X_3)

Variabel pengukuran (*measurement*) meliputi upaya penyempurnaan kualitas jasa, menetapkan berbagai ukuran dasar, baik internal maupun eksternal bagi organisasi dan pelanggan. Indikator untuk mengukur variabel ini terdiri dari: meningkatkan kinerja dan mengoreksi penyimpangan. Data tentang variabel pengukuran ini diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan sejumlah 2 butir dan hasil pengukuran selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5.
Tanggapan Responden Mengenai
Pengukuran

No	Skor	Kategori	Jumlah	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1.	1,00 – 1,80	Tidak baik	0	0
2.	1,81 – 2,60	Kurang baik	2	2
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik	16	16
4.	3,41 – 4,20	Baik	75	75
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik	7	7
Jumlah			100	100

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel pengukuran yaitu sebanyak 75 orang (73%). Kemudian yang menyatakan cukup baik sebanyak 16 orang (22%), sangat baik sebanyak 7 orang (3%) dan sisanya sebanyak 2 orang (2%) menyatakan kurang baik. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,6950 menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel pengukuran.

4.2.4. Dukungan Sistematis (X_4)

Variabel dukungan sistematis (*systematic support*) menjelaskan tentang jawaban manajemen dalam mengelola proses kualitas jasa. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini terdiri dari: perencanaan strategik, penghargaan dan promosi kepada pelanggan dan komunikasi karyawan. Data tentang variabel dukungan sistematis ini diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan sejumlah 3 butir dan hasil pengukuran selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6.
Tanggapan Responden Mengenai
Dukungan Sistematis

No	Skor	Kategori	Jumlah	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1.	1,00 – 1,80	Tidak baik	0	0
2.	1,81 – 2,60	Kurang baik	0	0
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik	16	16
4.	3,41 – 4,20	Baik	62	62
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik	22	22
Jumlah			100	100

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel dukungan sistematis yaitu sebanyak 62 orang (73%). Kemudian yang menyatakan sangat baik sebanyak 22 orang (22%) dan sisanya sebanyak 16 orang (16%) menyatakan cukup baik. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,8433 menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel dukungan sistematis.

4.2.5. Perbaikan Berkesinambungan (X_5)

Variabel perbaikan berkesinambungan berkaitan dengan komitmen dan proses. Indikatornya yang digunakan untuk mengukur variabel perbaikan berkesinambungan ini terdiri dari: melakukan perbaikan, menerima umpan balik tanpa rasa takut atau kuatir dan mengantisipasi perubahan. Data tentang variabel perbaikan berkesinambungan ini diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan sejumlah 3 butir dan hasil pengukuran selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7.
Tanggapan Responden Mengenai
Perbaikan Berkesinambungan

No	Skor	Kategori	Jumlah	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1.	1,00 – 1,80	Tidak baik	0	0
2.	1,81 – 2,60	Kurang baik	0	0
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik	44	44
4.	3,41 – 4,20	Baik	45	45
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik	11	11
Jumlah			100	100

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel perbaikan berkesinambungan yaitu sebanyak 45 orang (45%). Kemudian yang menyatakan cukup baik sebanyak 44 orang (44%) dan sisanya sebanyak 11 orang (11%) menyatakan sangat baik. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,5867 menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel perbaikan berkesinambungan.

4.2.6. Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pengukuran variabel ini didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu fokus pada pelanggan, keterkaitan total, sistem pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan. Data tentang variabel ini diperoleh melalui kuesioner dengan pertanyaan sejumlah 5 butir dan hasil pengukuran selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8.
Tanggapan Responden Mengenai
Kepuasan Pelanggan

No	Skor	Kategori	Jumlah	
			Dalam Angka	Persentase (%)
1.	1,00 – 1,80	Tidak baik	0	0
2.	1,81 – 2,60	Kurang baik	0	0
3.	2,61 – 3,40	Cukup baik	8	8
4.	3,41 – 4,20	Baik	91	91
5.	4,21 – 5,00	Sangat baik	1	1
Jumlah			100	100

Sumber: Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel kepuasan pelanggan yaitu sebanyak 91 orang (91%). Kemudian yang menyatakan cukup baik sebanyak 8 orang (8%) dan sisanya sebanyak 1 orang (1%) menyatakan sangat baik. Sedangkan dilihat dari nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,7360 menunjukkan bahwa secara keseluruhan responden memberikan tanggapan yang baik mengenai variabel kepuasan pelanggan.

4.3. Analisis Kuantitatif

4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan (X_1), keterkaitan total (X_2), sistem pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), perbaikan berkesinambungan (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta. Adapun bentuk persamaan regresinya sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X_1 = Fokus pada pelanggan

X_2 = Keterlibatan total

X_3 = Pengukuran

X_4 = Dukungan sistematis

X_5 = Perbaikan berkesinambungan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program statistik *SPSS for Windows Release 11.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	t hitung	Sig.
X ₁	0,113	0,141	2,372	0,020
X ₂	0,160	0,265	3,909	0,000
X ₃	0,151	0,241	3,970	0,000
X ₄	0,131	0,184	3,314	0,001
X ₅	0,238	0,375	6,171	0,000
Konstanta	= 0,804			
R	= 0,870			
R ²	= 0,756			
Adj R ²	= 0,743			
F hitung	= 58,305			
N	= 100			

Sumber: Data primer yang diolah.

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 0,804 + 0,113 X_1 + 0,160 X_2 + 0,151 X_3 + 0,131 X_4 + 0,238 X_5$$

Adapun arti dari masing-masing nilai koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 0,804

Artinya apabila *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan tidak ada atau sama dengan nol maka kepuasan pelanggan pada Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta akan sebesar 0,804 *point*.

2. $b_1 = 0,113$

Artinya apabila *total quality service* yang berupa fokus pada pelanggan semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan pelanggan pada Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,113 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

3. $b_2 = 0,160$

Artinya apabila *total quality service* yang berupa keterlibatan total semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan pelanggan pada Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,160 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

4. $b_3 = 0,151$

Artinya apabila *total quality service* yang berupa pengukuran semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan pelanggan pada Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,151 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

5. $b_4 = 0,131$

Artinya apabila *total quality service* yang berupa dukungan sistematis semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan pelanggan pada Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,131 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

6. $b_5 = 0,238$

Artinya apabila *total quality service* yang berupa perbaikan berkesinambungan semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan pelanggan pada Cakra

Kembang Sport Centre Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,238 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

4.3.2. Koefisien Regresi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen dapat dilihat pada besarnya koefisien korelasi berganda (R). Berdasarkan hasil analisa data, koefisien korelasi berganda sebesar 0,870 maka koefisien korelasi tersebut mendekati 1 yang artinya terdapat hubungan yang erat antara *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan dengan kepuasan pelanggan.

Sedangkan koefisien determinasi (R²) digunakan sebagai alat analisa untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independen secara bersama-sama atau keseluruhan terhadap variabel dependen. Dari hasil perhitungan regresi didapat nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,756 yang artinya 75,6% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi secara bersama-sama oleh *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan, sedangkan sisanya sebesar 24,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

4.3.3. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji tingkat pengaruh dari variabel-variabel independen (X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅) terhadap variabel dependen (Y) digunakan uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk menguji koefisien regresi secara bersama-sama/serempak

sedangkan uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual. Kemudian untuk menguji variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan digunakan uji koefisien beta.

1. Uji F (Pengujian Secara Bersama-Sama)

Untuk membuktikan apakah secara bersama-sama dimensi *total quality service* (TQS) yang meliputi: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka digunakan uji F. Adapun langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

a. Menentukan hipotesis:

Ho: $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$, artinya dimensi *total quality service* secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

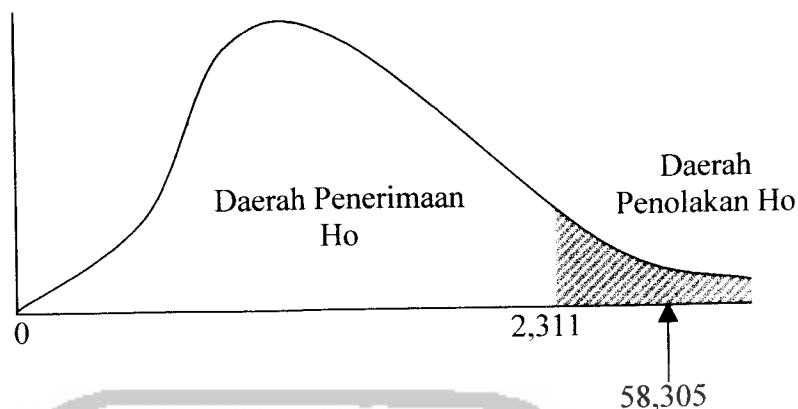
Ha: $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$, artinya dimensi *total quality service* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

b. Dengan taraf signifikansi (α) = 0,05; derajat kebebasan (df) = (k);(n-k-1) = (5);(100-6-1) = (5),(94) diperoleh nilai F tabel sebesar 2,311

c. Kriteria pengujian:

- Ho diterima apabila: F hitung $\leq 2,311$
- Ho ditolak apabila: F hitung $> 2,311$

d. Hasil perhitungan komputer diperoleh F hitung = 58,305



Gambar 4.1.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Pengujian Secara Bersama-Sama

e. Kesimpulan:

Hasil perhitungan komputer di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung (58,305) lebih besar dari nilai F tabel (2,311) sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti dimensi *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Untuk membuktikan apakah secara dimensi *total quality service* yang terdiri dari: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, perbaikan berkesinambungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka digunakan uji t. Dalam pengujian secara parsial ini digunakan taraf signifikansi (α) = 0,05; derajat

kebebasan (df) = $(n-k-1) = (100-5-1) = 94$ dan pengujian satu sisi sehingga diperoleh t tabel = 1,661. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- H_0 diterima jika t hitung $\leq 1,661$
- H_0 ditolak jika t hitung $> 1,661$

a. Pengaruh fokus pada pelanggan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

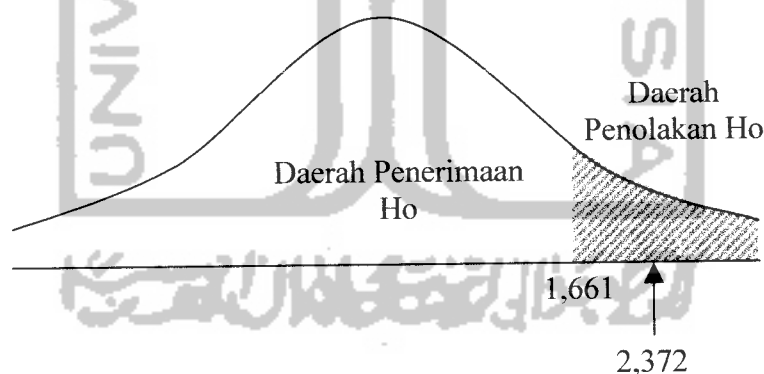
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1). Menentukan hipotesis

$H_0: b_1 = 0$, artinya fokus pada pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

$H_a: b_1 > 0$, artinya fokus pada pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2). Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 2,372



Gambar 4.2.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_1

3). Kesimpulan:

Hasil perhitungan komputer di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung (2,372) lebih besar dari nilai t tabel (1,661) sehingga hipotesis nol (H_0)

ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti fokus pada pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga apabila *total quality service* yang berupa fokus pada pelanggan semakin baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

b. Pengaruh keterlibatan total (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

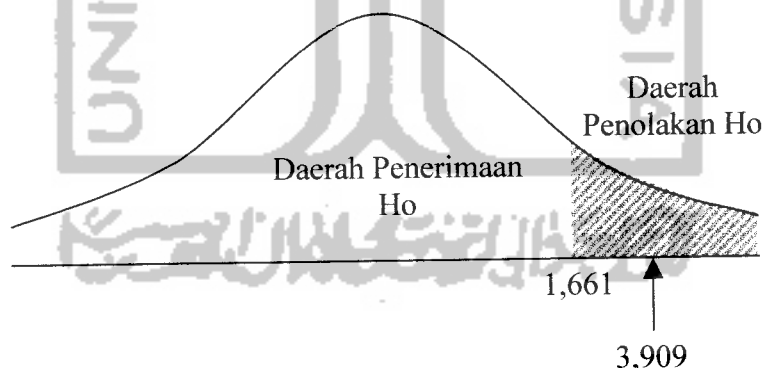
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1). Menentukan hipotesis

$H_0: b_2 = 0$, artinya keterlibatan total tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

$H_a: b_2 > 0$, artinya keterlibatan total berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2). Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 3,909



Gambar 4.3.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_2

3). Kesimpulan:

Hasil perhitungan komputer di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung (3,909) lebih besar dari nilai t tabel (1,661) sehingga hipotesis nol (H_0)

ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti keterlibatan total berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga apabila *total quality service* yang berupa keterlibatan total semakin baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

c. Pengaruh pengukuran (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

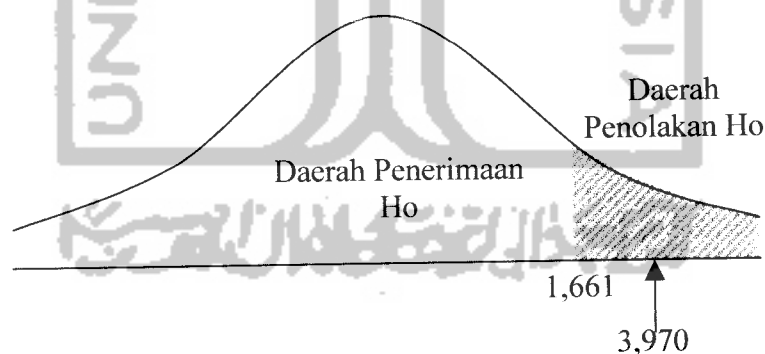
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1). Menentukan hipotesis

$H_0: b_3 = 0$, artinya pengukuran tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

$H_a: b_3 > 0$, artinya pengukuran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2). Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 3,970



Gambar 4.4.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_3

3). Kesimpulan:

Hasil perhitungan komputer di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung (2,372) lebih besar dari nilai t tabel (1,661) sehingga hipotesis nol (H_0)

ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti pengukuran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga apabila *total quality service* yang berupa pengukuran semakin baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

d. Pengaruh dukungan sistematis (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

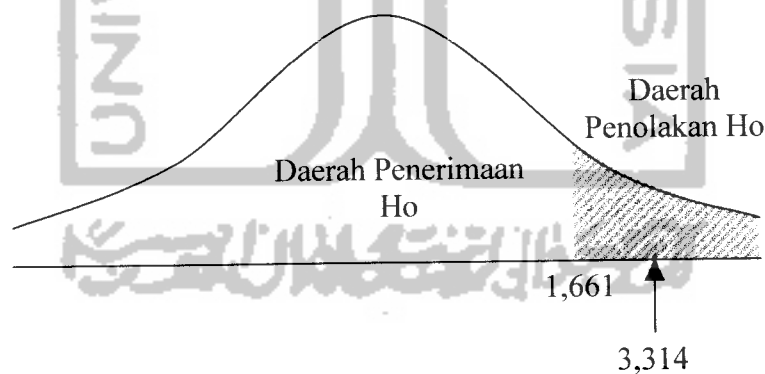
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1). Menentukan hipotesis

$H_0: b_4 = 0$, artinya dukungan sistematis tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

$H_a: b_4 > 0$, artinya dukungan sistematis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2). Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 3,314



Gambar 4.5.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_4

3). Kesimpulan:

Hasil perhitungan komputer di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung (3,314) lebih besar dari nilai t tabel (1,661) sehingga hipotesis nol (H_0)

ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti dukungan sistematis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga apabila *total quality service* yang berupa dukungan sistematis semakin baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

e. Pengaruh perbaikan berkesinambungan (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

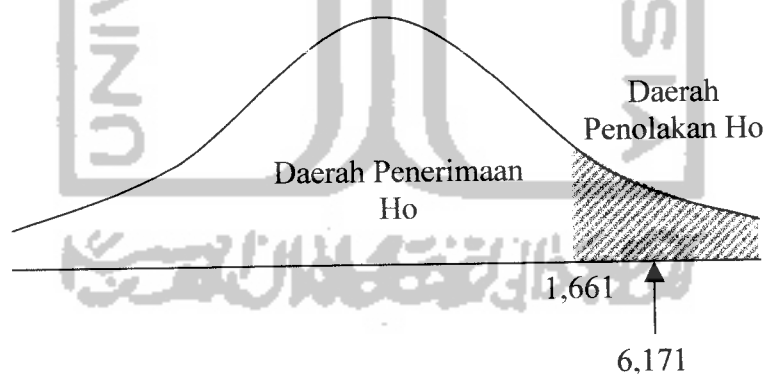
Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1). Menentukan hipotesis

$H_0: b_5 = 0$, artinya perbaikan berkesinambungan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

$H_a: b_5 > 0$, artinya perbaikan berkesinambungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2). Hasil perhitungan komputer diperoleh t hitung = 6,171



Gambar 4.6.
Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0
Untuk Uji Koefisien Regresi b_5

3). Kesimpulan:

Hasil perhitungan komputer di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung (6,171) lebih besar dari nilai t tabel (1,661) sehingga hipotesis nol (H_0)

ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan diterimanya H_a berarti perbaikan berkesinambungan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga apabila *total quality service* yang berupa perbaikan berkesinambungan semakin baik maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

3. Uji Koefisien Beta

Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan maka dapat dilihat dari nilai koefisien β . Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel perbaikan berkesinambungan (dengan koefisien β sebesar 0,375) mempunyai nilai koefisien β paling besar dibandingkan variabel-variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perbaikan berkesinambungan merupakan aspek *Total Quality Service* yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cakra Kembang Sport Centre Yogyakarta, kemudian diikuti oleh aspek keterlibatan total (dengan koefisien β sebesar 0,265); aspek pengukuran (dengan koefisien β sebesar 0,241); aspek dukungan sistematis (dengan koefisien β sebesar 0,184) dan terakhir aspek fokus pada pelanggan (dengan koefisien β sebesar 0,141).