

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

1. Gambaran Umum Perusahaan

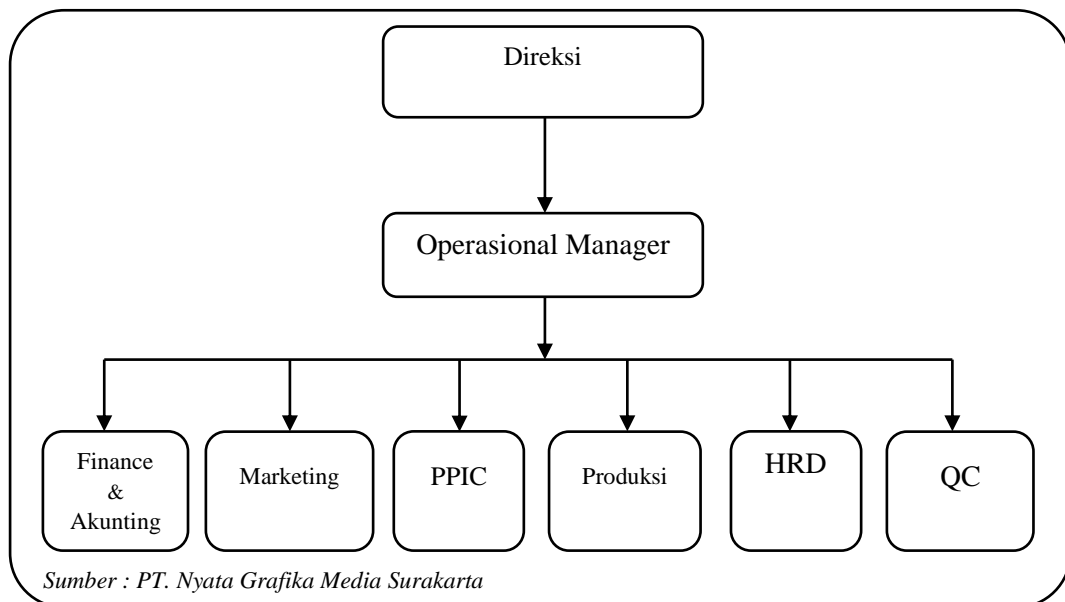
PT. Nyata Grafika Media Surakarta (Jawa Pos Group) didirikan pada tanggal 20 Oktober 1997 di Surakarta Jawa Tengah, yang bertempat di Jalan Adi Sumarmo No.138 Kartosura Sukoharjo. PT. Nyata Grafika Media Surakarta merupakan perusahaan percetakan yang mana anak perusahaan dari Jawa Pos yang berada di Surabaya, dan sudah memiliki standart ISO 9001 : 2008, dengan akta Notaris Nomor 32 , Notaris Maria Theresia Budi Santoso SH.

PT. Nyata Grafika Media Surakarta sudah memiliki Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) No:01/11.365/PB1/111/2014 dan sudah terdaftar sebagai Perseroan Terbatas dengan Nomor TDP 113518000156.

Kegiatan PT. Nyata Grafika Media Surakarta adalah percetakan yang mana mencetak Koran Harian Jawa Pos, Media Indonesia, Republika dan Tempo, PT. Nyata Grafika Media Surakarta juga menerima percetakan seperti halnya pengadaan buku Pemerintah untuk Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP), mencetak buku kerohanian semisalnya Al-Qur'an dan Al-Kitab, mencetak majalah untuk anak TK dan majalah majalah lainnya.

2. Susunan Pengurus

Berikut ini susunan pengurus pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta :



Gambar 4.1 Susunan Pengurus

a. Direksi

Direksi bertugas untuk membina, mengurus, mengarahkan kebijakan teknis dan administrasi pada bagian-bagian yang terkait berdasarkan program kerja dan target menunjang pencapaian sasaran perusahaan.

b. Operasional Manager

Operasional manager bertugas untuk mengarahkan staff sesuai dengan target pencapaian perusahaan.

c. Finance & Accounting

Bertugas untuk mengatur jalannya keuangan yang masuk dan keluar pada perusahaan, manajemen keuangan perusahaan agar bisa

meminimalisir pengeluaran dan mengatur piutang untuk menjadi lancar dan tidak menimbulkan kerugian.

d. PPIC

Bertugas untuk mengatur cetakan, banyaknya kertas yang akan dimasukan produksi dan sisa kertas dari cetakan.

e. Marketing

Marketing memiliki tugas untuk mencari *customer* atau untuk mencari orderan yang masuk, omset perusahaan tinggi rendahnya tergantung pada kinerja marketing.

f. Produksi

Bertugas untuk mencetak orderan dari *customer*, menggunakan mesin dan produksi bertugas untuk mengontrol cetakan yang dihasilkan mesin tersebut.

g. QC (*Quality Control*)

Quality Control merupakan tugas personal yang mengontrol produksi dan PPIC bekerja sehingga menghasilkan cetakan yang baik dan bias mengontrol adanya *waste*.

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada pelanggan PT. Nyata Grafika Media Surakarta, maka dapat diketahui karakteristik setiap pelanggan. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi PT. Nyata Grafika

Media Surakarta dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelanggan di masa yang akan datang.

Karakteristik atau identitas responden ini berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan.

1. Usia Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Banyak (Orang)
20-25 Tahun	-
26-30 Tahun	20
31-35 Tahun	35
36 Tahun Keatas	45
Jumlah	100

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan usia yang dimiliki responden, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden 45 orang berusia 36 tahun keatas, 35 orang berusia 31-35 tahun, 20 orang berusia 26-30 tahun sedangkan tidak ada responden yang berusia 20-25 tahun, tingkat usia yang dimiliki seseorang menunjukkan tingkat kedewasaan yang akan berpengaruh pada kemampuan analisis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh PT. Nyata Grafika Media Surakarta.

2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
Perempuan	45
Laki-laki	55
Jumlah	100

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan jenis kelamin, responden ternyata didominasi oleh pelanggan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55 orang dan

pelanggan perempuan sebanyak 45 orang. Jumlah responden pria yang lebih banyak dibandingkan dengan perempuan merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen pria, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda mengenai kualitas pelayanan yang diberikan PT. Nyata Grafika Media Surakarta.

3. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)
PNS	12
Pegawasi Swasta	35
Wiraswasta	63
Jumlah	100

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel 4.3 di atas diketahui karakteristik responden yang paling dominan yaitu wiraswasta sebanyak 63 orang, diikuti oleh pegawai swasta sebanyak 35 orang dan PNS sebanyak 12 orang. Tingkat profesi yang dimiliki seseorang menunjukkan para pelanggan memang kebanyakan dari mereka yang baru membangun usahanya dalam bidang percetakan di PT. Nyata Grafika Media Surakarta.

C. Penentuan Range

Survey ini menggunakan skala likert dengan skor tertinggi di setiap pertanyaannya adalah 5 dan skor terendah adalah 1. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka :

1. Skor Tertinggi : $100 \times 5 = 500$
2. Skor Terendah : $100 \times 1 = 100$
3. *Range survey* : $\frac{500 - 100}{5} = 80$
4. *Range Skor* :
 - a. $100 - 180 =$ Sangat Tidak Setuju
 - b. $181 - 260 =$ Tidak Setuju
 - c. $261 - 340 =$ Netral
 - d. $341 - 420 =$ Setuju
 - e. $421 - 500 =$ Sangat Setuju

D. Deskripsi dan Perhitungan Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Untuk menunjang kepuasan pelanggan, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan, sebab dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan PT. Nyata Grafika Media Surakarta maka perlu dilakukan analisis mengenai kualitas pelayanan. Hal ini bertujuan untuk dapat melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Nyata Grafika Media Surakarta, adapun dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang meliputi: *reliability* (X_1), *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), *tangible* (X_5).

1. Variabel *Reliability* (X_1)**Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Reliability***

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Skor
1	Karyawan dapat menangani masalah dengan tepat	11	59	22	8	0	373
2	Karyawan dengan tepat dalam pemberian pesanan	19	49	25	7	0	380
3	Karyawan dengan cepat dalam transaksi pembayaran	20	52	26	2	0	390
4	Karyawan terampil dalam menyelesaikan pesanan dengan selera kosnumen	16	55	19	10	0	377
							380

Sumber : Data diolah, 2016

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel keandalan (*reliability*) PT. Nyata Grafika Media Surakarta berada pada range keempat yaitu setuju.

- a. Pada pertanyaan pertama, karyawan dapat menangani masalah dengan tepat, sebanyak 11 orang menjawab sangat setuju, sebanyak 59 orang menjawab setuju, sebanyak 22 orang menjawab netral dan 8 orang menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua, karyawan dengan tepat dalam pemberian pesanan, 19 orang menjawab sangat setuju, 49 orang menjawab setuju, 25 orang menjawab netral, dan 7 orang tidak setuju.
- c. Pada pertanyaan ketiga, karyawan dengan cepat dalam transaksi pembayaran, 20 orang menjawab sangat setuju, 52 orang menjawab setuju, 26 orang menjawab netral dan 2 orang menjawab tidak setuju

- d. Pada pertanyaan keempat, karyawan terampil dalam menyelesaikan pesanan dengan selera konsumen, 16 orang sangat setuju, 55 orang menjawab setuju, 19 orang menjawab netral dan 10 orang tidak setuju.

2. Variabel *Responsiveness* (X_2)

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Responsiveness*

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Skor
1	Karyawan dapat merespon keluhan konsumen dengan cepat	24	66	7	3	0	411
2	Karyawan bertindak cepat saat konsumen berkunjung	26	58	16	0	0	410
3	Karyawan menguasai informasi yang dijual	24	56	20	0	0	403
4	Karyawan membantu kesulitan konsumen dalam penggunaan layanan	25	60	11	4	0	401
							406

Sumber : Data diolah, 2016

Dari hasil data tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel data tanggapan (*responsiveness*) PT. Nyata Grafika Media Surakarta berada pada range keempat, yaitu setuju.

- a. Pada pertanyaan pertama, karyawan dapat merespon keluhan konsumen dengan cepat, sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju, 66 orang menjawab setuju, 7 orang menjawab netral dan 3 orang tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua, karyawan bertindak cepat saat konsumen berkunjung, sebanyak 26 orang sangat setuju, 58 orang setuju, dan 16 orang netral.
- c. Pada pertanyaan ketiga, karyawan menguasai informasi yang dijual, sebanyak 24 orang sangat setuju, 56 orang setuju dan 20 orang netral.

- d. Pada pertanyaan keempat, karyawan membantu kesulitan konsumen dalam penggunaan layanan, sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju, 60 orang menjawab setuju dan 15 orang menjawab netral.

3. Variabel *Assurance* (X_3)

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Assurance*

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Skor
1	Karyawan dapat merespon keluhan konsumen dengan cepat	28	51	14	7	0	400
2	PT. Nyata Grafika memiliki citra yang positif di mata masyarakat	33	48	12	7	0	407
3	Karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan konsumen	32	50	12	6	0	408
4	Karyawan merasa aman dalam melakukan transaksi	28	46	15	9	2	389
							401

Sumber : Data diolah, 2016

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan kosnumen terhadap variabel *assurance* PT. Nyata Grafika Media Surakarta berada range keempat, yaitu setuju.

- a. Pada pertanyaan pertama, karyawan dapat merespon keluhan konsumen dengan cepat, sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju, 51 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab netral dan 7 orang menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua, PT. Nyata Grafika memiliki citra yang positif di mata masyarakat, sebanyak 33 orang menjawab sangat setuju, 48 orang menjawab setuju, 12 orang menjawab netral dan 7 orang menjawab tidak setuju.
- c. Pada pertanyaan ketiga, karyawan mampu menjawab setiap pertanyaan konsumen, sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju, 50 orang

menjawab setuju, 12 orang menjawab netral, dan 6 orang menjawab tidak setuju.

- d. Pada pertanyaan keempat, karyawan merasa aman dalam melakukan transaksi, sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju, 46 orang menjawab setuju, 15 orang menjawab netral, 9 orang menjawab tidak setuju dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju.

4. Variabel *Emphaty* (X_4)

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Emphaty*

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Skor
1	Karyawan memperlakukan pelanggan penuh dengan perhatian	17	45	31	7	0	372
2	Petugas mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan	23	37	23	15	2	364
3	Pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial	18	48	22	12	0	372
4	Karyawan dapat memahami kebutuhan spesifik konsumen	17	45	31	7	0	372
							370

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel *emphaty* yang dimiliki PT. Nyata Grafika Media Surakarta pada range keempat yaitu, setuju.

- a. Pada pertanyaan pertama, karyawan memperlakukan pelanggan penuh dengan perhatian, sebanyak 17 orang menjawab sangat setuju, 45 orang menjawab setuju, 31 orang menjawab netral, dan 7 orang menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua, petugas mudah dihubungi pelanggan dan mengutamakan kepentingan pelanggan, sebanyak 23 orang menjawab

sangat setuju, 37 orang menjawab setuju, 23 orang menjawab netral, 15 orang menjawab tidak setuju dan 2 orang menjawab sangat tidak setuju.

- c. Pada pertanyaan ketiga, pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial, sebanyak 18 orang menjawab sangat setuju, 48 orang menjawab setuju, 22 orang menjawab netral, dan 12 orang menjawab tidak setuju.
- d. Pada pertanyaan keempat, karyawan dapat memahami kebutuhan spesifik konsumen, sebanyak 17 orang menjawab sangat setuju, 45 orang menjawab setuju, 31 orang menjawab netral, dan 7 orang menjawab tidak setuju.

5. Variabel *Tangible* (X_5)

Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel *Tangible*

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Skor
1	Saya merasa aman dan nyaman dengan tempat dan suasana pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta	23	57	14	6	0	397
2	Saya puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan PT. Nyata Grafika Media Surakarta	23	52	20	5	0	393
3	Saya merasa puas dengan hasil cetakan pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta	30	54	9	7	0	407
4	Saya merasa puas dengan fasilitas yang diberikan pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta	27	50	13	10	0	394
							398

Sumber : Data diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan konsumen terhadap variabel *tangible* yang dimiliki PT. Nyata Grafika Media Surakarta pada range keempat yaitu, setuju.

- a. Pada pertanyaan pertama, saya merasa aman dan nyaman dengan tempat dan suasana pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta, sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju, 57 orang menjawab setuju, 14 orang menjawab netral, 6 orang menjawab tidak setuju.
- b. Pada pertanyaan kedua, saya puas dengan kesopanan yang dimiliki karyawan PT. Nyata Grafika Media Surakarta, sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju, 52 orang menjawab setuju, 20 orang menjawab netral dan sisa 5 orang menjawab tidak setuju.
- c. Pada pertanyaan ketiga, saya merasa puas dengan hasil cetakan pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta , sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju, 54 orang menjawab setuju, 9 orang menjawab netral dan 7 orang menjawab tidak setuju.
- d. Pada pertanyaan keempat, saya merasa puas dengan fasilitas yang diberikan pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta, sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju, 50 orang menjawab setuju, 13 orang menjawab netral dan 10 orang menjawab tidak setuju.

E. Deskripsi dan Perhitungan Skor Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Skor
1	Menurut kami selama ini PT. Nyata Grafika Media Surakarta memberikan pelayanan jasa yang memuaskan sesuai dengan pengharapan	24	66	7	3	0	414
2	Menurut kami PT. Nyata Grafika Media Surakarta mempunyai kredibilitas yang baik	8	48	30	14	0	350

3	Pihak PT. Nyata Grafika Media Surakarta melayani keluhan kami dengan cepat dan tepat	12	50	27	11	0	363
4	Secara keseluruhan kami menilai PT. Nyata Grafika Media Surakarta memiliki citra yang baik dan positif	13	27	37	22	0	329
							379

Sumber : Data diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diambil kesimpulan beberapa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

1. Pada pertanyaan pertama, menurut kami selama ini PT. Nyata Grafika Media Surakarta memberikan pelayanan jasa yang memuaskan sesuai dengan pengharapan, sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju, 66 orang menjawab setuju, 7 orang menjawab netral, 3 orang menjawab tidak setuju.
2. Pada pertanyaan kedua, menurut kami PT. Nyata Grafika Media Surakarta mempunyai kredibilitas yang baik, sebanyak 8 orang menjawab sangat setuju, 48 orang menjawab setuju, 30 orang menjawab netral, 14 menjawab tidak setuju.
3. Pada pertanyaan ketiga, pihak PT. Nyata Grafika Media Surakarta melayani keluhan kami dengan cepat dan tepat, sebanyak 12 orang menjawab sangat setuju, 50 orang menjawab setuju, 27 orang menjawab netral, dan 11 orang menjawab tidak setuju.
4. Pada pertanyaan keempat, Secara keseluruhan kami menilai PT. Nyata Grafika Media Surakarta memiliki citra yang baik dan positif, sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju, sebanyak 27 orang menjawab setuju, 37

orang menjawab netral, 22 orang menjawab tidak setuju dan 1 orang menjawab sangat tidak setuju.

F. Hasil Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 16, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.932	1.569		3.143	.002
<i>Reliability</i>	.239	.073	.251	3.255	.002
<i>Responsiveness</i>	.207	.092	.172	2.235	.028
<i>Assurance</i>	.327	.054	.422	6.067	.000
<i>Emphaty</i>	-.410	.054	-.552	-7.576	.000
<i>Tangible</i>	.194	.056	.248	3.463	.001

Sumber : Data diolah SPSS16, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,932 + 0,239X_1 + 0,207X_2 + 0,327X_3 - 0,410X_4 + 0,194X_5 + 1,569$$

Keterangan:

4,932 : Variabel independen yaitu kepuasan pelanggan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible*

mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar 4,932 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan jasa diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan.

- 0,239X₁ : Besarnya koefisien variabel *reliability* yang berarti setiap peningkatan variabel *reliability* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,239 dengan asumsi variabel lainnya (*responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangible*) konstan.
- 0,207X₂ : Besarnya koefisien variabel *responsiveness* yang berarti setiap peningkatan variabel *responsiveness* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,207 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, assurance, emphaty* dan *tangible*) konstan.
- 0,327X₃ : Besarnya koefisien variabel *assurance* yang berarti setiap peningkatan variabel *assurance* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,327 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, responsiveness, emphaty* dan *tangible*) konstan.
- 0,410X₄: Besarnya koefisien variabel *emphaty* yang berarti setiap peningkatan variabel *emphaty* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan menurun 0,410 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, responsiveness, assurance, dan tangible*) konstan.

0,194X₅ : Besarnya koefisien variabel *tangible* yang berarti setiap peningkatan variabel *tangible* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,200 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) konstan.

Standar *error* sebesar 1,569 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS 16 memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,569. Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni *reliability, responsiveness, assurance, dan tangible* berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel *emphaty* berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel *assurance* sebesar 0,327

2. Uji F

Uji simultan atau uji F merupakan uji secara bersama-sama untuk menguji signifikan pengaruh variabel kualitas jasa yang terdiri atas *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible* serta bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	323.327	5	64.665	26.202	.000 ^a
Residual	231.983	94	2.468		
Total	555.310	99			

Sumber : Data diolah SPSS16, 2016

Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut :

a. Hipotesis

H_0 = Kualitas pelayanan secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = Kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0.05 ($\alpha = 5\%$) dan pada tabel 4.11 tingkat signifikansi sebesar 0.000 atau sebesar 0% artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0%.

c. Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 dapat ditentukan dengan persamaan berikut :

df 1 = jumlah variabel; artinya df 1 = 5

df 2 = n-k-1; artinya df 2 = 94; (100-5-1)

Jadi, dapat dilihat pada tabel F pada kolom 5 baris 94 yakni 2,31 atau dapat dicari pada program Ms. Excel dengan cara mengetik pada sel kosong = finv(0.05,5,94) lalu tekan *enter* dan hasilnya adalah 2,31127.

d. Kriteria Pengujian

H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ dan H_0 ditolak jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$

e. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ (29,598 > 2,31)

Secara teoritis kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, seperti yang dikatakan Rangkuti (2002) bahwa kepuasan pelanggan perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan yakni mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, dimana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} , di mana F_{hitung} sebesar 29,598 lebih besar dari F_{tabel} yakni 2,31, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima atau kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan teori dan hasil statistik penelitian berdasarkan uji F, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan jasa.

3. Uji t

Pengujian ini untuk melihat sejauh mana pengaruh secara sendiri-sendiri variabel X terhadap variabel Y dan didapatkan hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 4.12 Rekapitulasi Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.932	1.569		3.143	.002

<i>Reliability</i>	.239	.073	.251	3.255	.002
<i>Responsiveness</i>	.207	.092	.172	2.235	.028
<i>Assurance</i>	.327	.054	.422	6.067	.000
<i>Emphaty</i>	-.410	.054	-.552	-7.576	.000
<i>Tangible</i>	.194	.056	.248	3.463	.001

Sumber: Data diolah SPSS16, 2016

a. Uji t untuk variabel *Reliability*

1) Hipotesis

H_{01} = Variabel *reliability* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a1} = Variabel *reliability* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha=5\%$).

Berdasarkan tabel 4.12 signifikansi variabel *reliability* sebesar 0,002 artinya variabel *reliability* lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

3) Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.12 maka t_{hitung} untuk variabel *reliability* sebesar 3,255.

4) Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1= 94$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,9852 (1,986).

5) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel} / t_{hitung} > t_{tabel}$

6) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,255 > 1,986$)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *reliability* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana *reliability* merupakan keandalan para karyawan dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin tinggi tingkat keandalan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *reliability* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji t untuk variabel *Responsiveness*

1) Hipotesis

Ho₂ = Variabel *responsiveness* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha₂ = Variabel *responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha=5\%$).

Berdasarkan tabel 4.12 signifikansi variabel *responsiveness*

sebesar 0,028 artinya variabel *responsiveness* lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

3) Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.12, maka t_{hitung} untuk variabel *responsiveness* sebesar 2,235.

4) Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1= 94$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel} / t_{hitung} > t_{tabel}$.

6) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,235 > 1,986$).

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *responsiveness* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana *responsiveness* merupakan keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *responsiveness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

c. Uji t untuk variabel *Assurance*

1) Hipotesis

H_{03} = Variabel *assurance* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a3} = Variabel *assurance* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha=5\%$). Berdasarkan tabel 4.12 signifikansi variabel *assurance* sebesar 0,000 artinya variabel *assurance* lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

3) Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.12, maka t_{hitung} untuk variabel *assurance* sebesar 6,067.

4) Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1= 94$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel} / t_{hitung} > t_{tabel}$

6) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,067 > 1,986$)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *assurance* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana *assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan untuk membantu para pelanggan. Semakin tinggi jaminan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *assurance* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

d. Uji t untuk variabel *Emphaty*

1) Hipotesis

Ho₄ = Variabel *emphaty* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha₄ = Variabel *emphaty* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha=5\%$).

Berdasarkan tabel 4.12 signifikansi variabel *emphaty* sebesar

0,000 artinya variabel *emphaty* lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

3) Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel 4.12, maka t_{hitung} untuk variabel *emphaty* sebesar -7,576.

4) Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1= 94$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel} / t_{hitung} > t_{tabel}$

6) nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (-7,576 > 1,986)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *emphaty* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana *emphaty* merupakan perhatian yang diberikan secara pribadi, memahami kebutuhan para pelanggan serta komunikasi yang baik. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *emphaty* memiliki pengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan, namun dengan arah pengaruh yang terbalik. Penulis belum bisa memaknai lebih jauh sehubungan dengan arah pengaruh yang terbalik ini, dimungkinkan dari faktor kuesioner, faktor responden, atau sifat jasa perusahaan.

e. Uji t untuk variabel *Tangible*

1) Hipotesis

H_{05} = Variabel *tangible* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a5} = Variabel *tangible* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Tingkat Signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ($\alpha=5\%$). Berdasarkan tabel 4.12 signifikansi variabel *tangible* sebesar 0,001 artinya variabel *tangible* lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 diterima.

3) Menentukan t_{hitung} berdasarkan tabel 4.12, maka t_{hitung} untuk variabel *tangible* sebesar 3,463.

4) Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-5-1= 94$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98552 (1,986).

5) Kriteria pengujian

Ho diterima jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak jika $-t_{hitung} < -t_{tabel} / t_{hitung} > t_{tabel}$

6) Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,463 > 1,986$)

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa *tangible* merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Dimana *tangible* merupakan bukti fisik dari perusahaan berupa penataan interior, kerapian dan kebersihan serta teknologi yang canggih. Semakin mendukung kondisi fisik perusahaan maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *tangible* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Variabel *Reliability* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Reliability (kehandalan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kehandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh PT. Nyata Grafika Media Surakarta, seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Kehandalan disini merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap

dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan PT. Nyata Grafika Media Surakarta maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Variabel *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Responsiveness (ketanggapan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan PT. Nyata Grafika Media Surakarta untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan komunikasi yang lancar. Daya tanggap disini dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap PT. Nyata Grafika Media Surakarta maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Variabel *Assurance* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Assurance (Jaminan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan PT. Nyata Grafika Media Surakarta untuk membantu para pelanggan, seperti pelayanan sopan, trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai.

Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para karyawan PT. Nyata Grafika Media Surakarta maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Variabel *Emphaty* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Emphaty (empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan oleh karyawan PT. Nyata Grafika Media Surakarta, seperti perhatian kepada pelanggan, tanggung jawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan PT. Nyata Grafika Media Surakarta maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Variabel *Tangible* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tangible (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan fisik dari PT. Nyata Grafika Media Surakarta, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. Bukti fisik ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada PT. Nyata Grafika Media Surakarta sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di PT. Nyata Grafika Media Surakarta maka akan memengaruhi kepuasan pelanggan.