

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA ALFAMART PABELAN**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1 pada
Jurusan Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

Tri Cahyo Saputro

B 100 100 256

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA ALFAMART PABELAN**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

Tri Cahyo Saputro

B 100 100 256

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping curve followed by a small 'h' and a 'y'.

Basworo Dibyo, SE, Msi

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ALFAMART PABELAN

Oleh:

Tri Cahyo Saputro

B 100 100 256

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

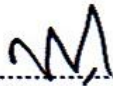
Pada hari : 23 September 2016

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan dewan penguji

1. Ahmad Mardalis, SE, MBA

(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

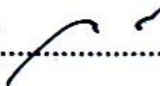
2. Drs. Ma'ruf, MM

(Sekretaris Dewan Penguji)

(.....)

3. Basworo Dibyo, SE, Msi

(Anggota Dewan Penguji)

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. Syamsudin, M.M

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis orang lain, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya.

Apabila kelak ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 23 September 2016

Penulis



Tri Cahyo Saputro

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ALFAMART PABELAN

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Pabelan”. Adapun tujuan penelitian ini mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan meliputi aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*), kebijakan (*policy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada mini market Alfamart di Pabelan dan mengetahui serta menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada mini market Alfamart di Pabelan. Sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 100 responden dengan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada mini market Alfamart dengan kriteria konsumen yaitu konsumen yang mengunjungi dan melakukan pembelian suatu produk di mini market Alfamart. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji T. Analisis berganda digunakan untuk menganalisis dan memprediksi variabel kriteria dari beberapa nilai variabel pemprediksi. Berdasarkan dari uji F dimana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ hal ini menunjukkan bahwa variabel aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*), kebijakan (*policy*) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel pemecahan masalah, dimana variabel independen dapat menerangkan variabel dependen di Alfamart Pabelan.

Kata Kunci : Aspek fisik, Reliabilitas, Interaksi personal, Pemecahan masalah, kebijakan dan kepuasan konsumen.

ABSTRACTION

This study entitled "Effect of Service Quality Customer Satisfaction At Alfamart Pabelan". The research aimed to know whether the variable quality of service includes the physical aspects (*physical aspect*), reliability (*reliability*), personal interaction (*personal interaction*), problem solving (*problem solving*), policy (*policy*) affects customer satisfaction at the mini market Alfamart in Pabelan and determine and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction in the mini market Alfamart in Pabelan. The sample in this study were taken by 100 respondents with accidental sampling technique sampling technique that is based on chance, anyone who by chance met with investigators at Alfamart mini market with consumer criteria that consumers who visit and make a purchase of a product in Alfamart mini market. Data analysis method used is multiple linear

regression analysis, F test, T test multiple analysis is used to predict the criterion variable menganalisis and of some value predictor variables. Berdasarkan of F test in which the value of $F > F_{table}$ it indicates that the variable aspects (physical aspect), reliability (reliability), personal interaction (personal interaction), problem solving (problem solving), policy (policy) with the same significant effect on consumer satisfaction. T test results showed that the variables most dominant influence on consumer satisfaction is variable problem-solving, where the independent variables can explain the dependent variable in Alfamart Pabelan.

Keywords: *physical aspects, reliability, personal interaction, problem solving, policy and consumer satisfaction.*

1. PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing dan harus memperhatikan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan yaitu perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan pelayanan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. Semakin banyak perusahaan sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk/jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai kebutuhannya.

Keberhasilan pemasaran atau suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut. Kepuasan konsumen merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan suatu perusahaan. Dengan demikian masalah kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis.

Selain itu era teknologi yang semakin berkembang pesat menyebabkan terbukanya wawasan masyarakat terhadap informasi-informasi yang ada. Meningkatnya wawasan masyarakat juga memiliki efek terhadap permintaan suatu produk baik itu barang ataupun jasa. Semakin tingginya pengetahuan akan suatu produk semakin banyak pula tuntutan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan berlomba-lomba untuk memenuhi tuntutan konsumen agar tercipta kepuasan pelanggan atas produk yang ditawarkan.

Perusahaan penyedia barang dan jasa selalu berupaya agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus mampu melakukan upaya-upaya untuk mengendalikan dan meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Tujuan perusahaan memberikan kepuasan pelanggan adalah dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan merupakan suatu produk dalam suatu perusahaan jasa untuk menarik minat pengguna jasa. Pentingnya pelayanan dalam suatu perusahaan sangat menentukan akan keberhasilan strategi pemasaran. Pelayanan yang baik yaitu mengetahui akan keinginan konsumen demi kepuasan yang didapatkan. Pelayanan ini akan mendukung tercapainya tujuan jangka pendek dan jangka panjang pada perusahaan.

Pelayanan dengan kualitas tinggi yang diberikan sangat mempengaruhi konsumen pada perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas terhadap layanan yang diberikan maka konsumen akan menciptakan niat pembelian. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting, adapun variable-variabel yang termasuk didalamnya antara lain adalah bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy) (Tjiptono, 2007:33)

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pada purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau outcome yang sama bahkan melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen (Mardhalis 2005:114)

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Terdapat beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan. Baik berupa penilaian konsumen

terhadap penampilan kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Hal ini yang dapat menimbulkan kepuasan konsumen, pembelian ulang dan loyalitas. Dan kepuasan konsumen ini sangat dipengaruhi oleh persepsi dan harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Mengapa kita mengukur kepuasan pelanggan? Agar konsumen merasakan kinerja produk dan kepuasan pelayanan yang menyenangkan sehingga konsumen akan mengalami kepuasan dan rasa nyaman. Namun, jika kepuasan dan kinerja produk nyata jauh dibawah harapan konsumen terhadap kepuasan dan kinerja produk, maka konsumen akan mengalami ketidakpuasan. Maka dari itu, perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya dan meningkatkan kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen karena semakin tinggi nilai kualitas produknya dan jasa maka semakin besar pula kepuasan konsumen.

Salah satu bisnis atau usaha yang dirasakan ketat dalam persaingannya saat ini adalah bisnis kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya bisnis berupa kuliner yang mengelola ayam. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka ragam dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap rumah makan tersebut. Hal tersebut menuntut kepada pihak pengelola untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul disbanding dengan rumah makan yang lainnya.

Perusahaan perlu melihat pentingnya konsumen dipuaskan dengan kualitas pelayanan yang memuaskan dan juga kualitas produk dari rumah makan tersebut. Artinya memberikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan para konsumen yang loyal dan puas sehingga memberikan manfaat pada perusahaan tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah Data Kualitatif yaitu data yang berupa angka-angka atau data hasil scoring kuesioner. Data primer yaitu data yang diperoleh dari tangan pertama peneliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, hasil wawancara

langsung dengan pimpinan, maupun karyawan Ayam-Ayam Resto di Solo. Peneliti menggunakan data primer. Pengumpulan data atau informasi dan fakta lapangan secara langsung tersebut dapat melalui penyebaran kuesioner.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004 : 3). Untuk jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada “Rumah Makan Ayam-Ayam Resto” dengan kriteria konsumen yaitu konsumen yang mengunjungi dan menikmati hidangan di ayam-ayam resto tersebut lebih dari satu kali.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan instrumen item-item pengumpulan data kemudian diuji dengan menggunakan teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, analisis regresi, uji F, uji T dan uji koefisien determinasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari uji validitas, keseluruhan item pertanyaan dinyatakan valid, dan pada uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel, sehingga untuk selanjutnya dapat dilakukan uji T, uji F, dan koefisien determinasi

3.1 Uji ketepatan model (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian ini telah dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5$ berarti secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5$ berarti secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Kriteria pengujian:

Nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} (dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$) dan derajat kebebasan df pembilang $k - 1 (5 - 1) = 4$ dan df penyebut $n - k - 1 (100 - 5 - 1) = 94$, sehingga F_{tabel} bernilai 2,31 maka :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Daerah penerimaan dan penolakan H_0 ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut:



Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 48,264, angka tersebut berarti F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} sehingga keputusannya menolak H_0 . Dengan demikian secara simultan kelima variabel independen signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen di Alfamart di Pabelan.

3.2 Uji ketepatan parameter penduga (uji T)

Adapun perhitungan untuk menguji keberartian variabel independen Aspek Fisik (X_1), Reliabilitas (X_2), Interaksi Personal (X_3), Pemecahan Masalah (X_4), dan Kebijakan (X_5), terhadap kepuasan konsumen (Y) secara individu sebagai berikut:

3.2.1 Uji t yang berkaitan dengan Aspek Fisik (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Langkah-langkah pengujian :

1). Komposisi hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$, berarti tidak ada pengaruh Aspek Fisik terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : \beta_1 \neq 0$, berarti ada pengaruh Aspek Fisik terhadap kepuasan konsumen.

2) *Level of significant* = 0,05

3) Nilai t tabel = $t_{\alpha/2; (n-k-1)}$

$$= t_{0,025; 100 - 5 - 1}$$

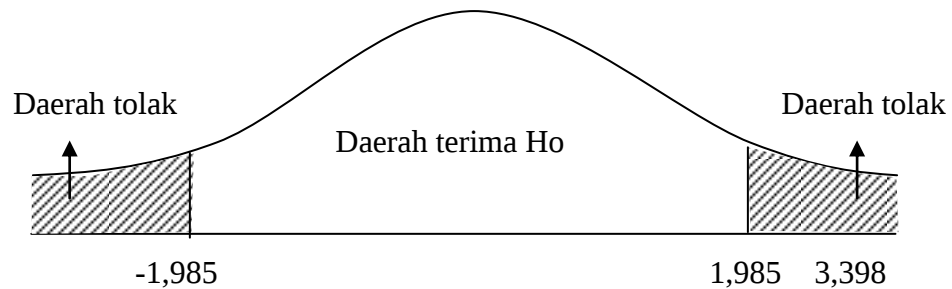
$$= 1,985$$

Ho diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$

4) Nilai t hitung

Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,398.



Gambar 2. Nilai t hitung

5) Keputusan

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{\text{hitung}} = 3,398 > t_{\text{tabel}} = 1,985$, maka Ho ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Aspek Fisik terhadap kepuasan konsumen.

3.2.1 Uji t yang berkaitan dengan Reliabilitas (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Langkah-langkah pengujian :

1) Komposisi hipotesis

$H_0 : \beta_2 = 0$, berarti tidak ada pengaruh Reliabilitas terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, berarti ada pengaruh Reliabilitas terhadap kepuasan konsumen.

2) *Level of significant* = 0,05

3) Nilai t tabel = $t_{\alpha/2; (n-k-1)}$

$$= t_{0,025; 100 - 5 - 1}$$

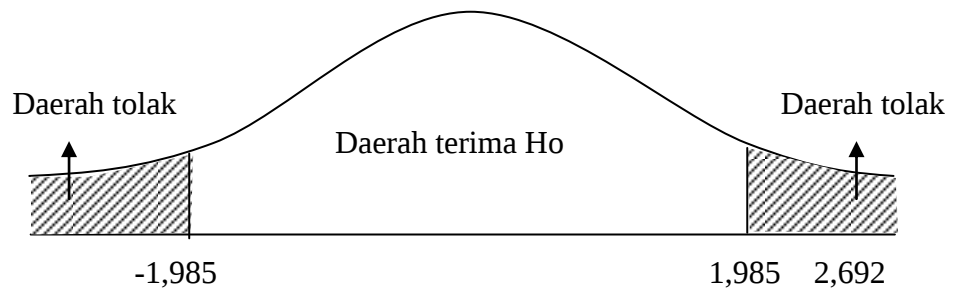
$$= 1,985$$

Ho diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$

4) Nilai t hitung

Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 2,692.



Gambar 3. Hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00

5) Keputusan

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{\text{hitung}} = 2,692 > t_{\text{tabel}} = 1,985$, maka Ho ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Reliabilitas terhadap kepuasan konsumen.

3.2.2 Uji t yang berkaitan dengan Interaksi Personal (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Langkah-langkah pengujian :

1) Komposisi hipotesis

$H_0 : \beta_3 = 0$, berarti tidak ada pengaruh Interaksi Personal terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : \beta_3 \neq 0$, berarti ada pengaruh Interaksi Personal terhadap kepuasan konsumen.

2) *Level of significant* = 0,05

3) Nilai t tabel = $t_{\alpha/2; (n-k-1)}$

$$= t_{0,025; 100 - 5 - 1}$$

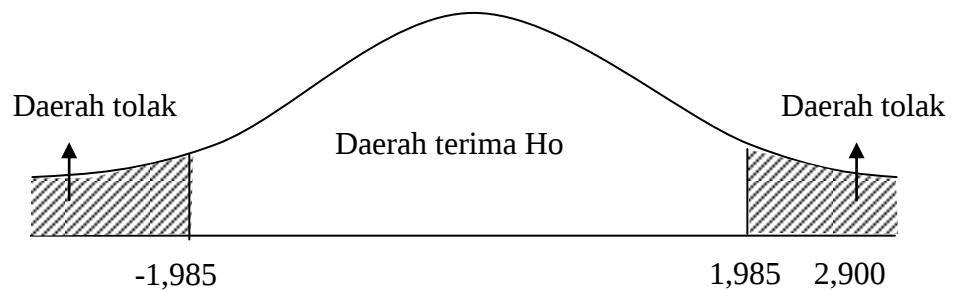
$$= 1,985$$

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

Ho ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

4) Nilai t hitung

Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 2,900.



Gambar 4. Nilai t hitung

5) Keputusan

Perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,900 > t_{tabel} = 1,985$, maka Ho ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Interaksi Personal terhadap kepuasan konsumen.

3.2.3 Uji t yang berkaitan dengan Pemecahan Masalah (X_4) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Langkah-langkah pengujian :

1) Komposisi hipotesis

$H_0 : \beta_4 = 0$, berarti tidak ada pengaruh Pemecahan Masalah terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : \beta_4 \neq 0$, berarti ada pengaruh Pemecahan Masalah terhadap kepuasan konsumen.

2) Level of significant = 0,05

3) Nilai t tabel = $t_{\alpha/2; (n-k-1)}$

$$= t_{0,025; 100 - 5 - 1}$$

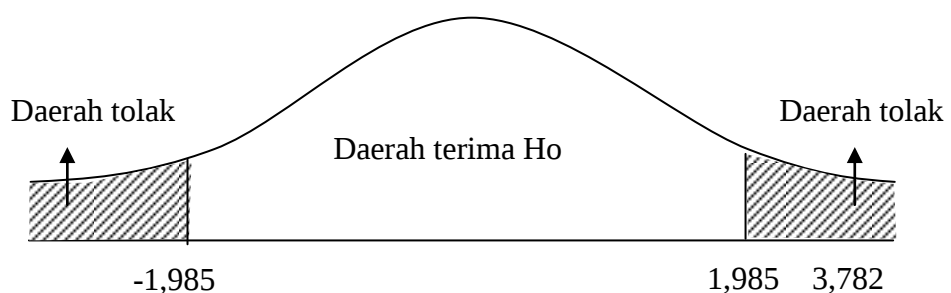
$$= 1,985$$

Ho diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$

4) Nilai t hitung

Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 3,782.



Gambar 5. Nilai t hitung

e) Keputusan

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{\text{hitung}} = 3,782 > t_{\text{tabel}} = 1,985$, maka Ho ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Pemecahan Masalah terhadap kepuasan konsumen.

3.2.4 Uji t yang berkaitan dengan Kebijakan (X_5) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Langkah-langkah pengujian :

1) Komposisi hipotesis

$H_0 : \beta_5 = 0$, berarti tidak ada pengaruh Kebijakan terhadap kepuasan konsumen.

$H_1 : \beta_5 \neq 0$, berarti ada pengaruh Kebijakan terhadap kepuasan konsumen.

2) Level of significant = 0,05

3) Nilai t tabel = $t_{\alpha/2; (n-k-1)}$

$$= t_{0,025; 100 - 5 - 1}$$

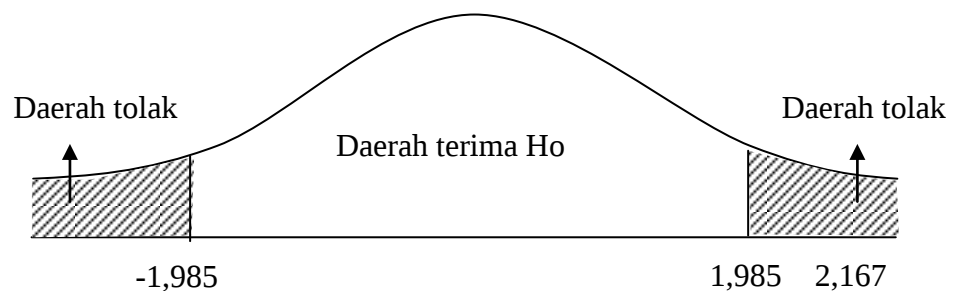
$$= 1,985$$

Ho diterima apabila $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ho ditolak apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$

4) Nilai t hitung

Dari hasil perhitungan komputer SPSS versi 21.00 dapat diperoleh t_{hitung} sebesar 2,167.



Gambar 6. Nilai t hitung

5) Keputusan

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{\text{hitung}} = 2,167 > t_{\text{tabel}} = 1,985$, maka Ho ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Kebijakan terhadap kepuasan konsumen.

3.3 Koefisien determinasi (R^2)

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (adjusted R^2) sebesar 0,746, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (variabel Aspek Fisik, variabel Reliabilitas, variabel Interaksi Personal, variabel Pemecahan Masalah dan variabel Kebijakan) menjelaskan variasi kepuasan konsumen di Alfamart di Pabelan sebesar 74,6% dan 25,4% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model misalnya promosi dan harga.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka peneliti mengambil kesimpulan

Aspek Fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart di Pabelan. Karena dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{\text{hitung}} = 3,398 > t_{\text{tabel}} = 1,985$, maka Ho ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Aspek Fisik terhadap kepuasan konsumen.

Aspek Reliabilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart di Pabelan. Karena dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,692 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Reliabilitas terhadap kepuasan konsumen.

Aspek Interaksi Personal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart di Pabelan. Karena dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,900 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Interaksi Personal terhadap kepuasan konsumen.

Aspek Pemecahan Masalah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart di Pabelan. Karena dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 3,782 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Pemecahan Masalah terhadap kepuasan konsumen.

Aspek Kebijakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart di Pabelan. Karena dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari $t_{hitung} = 2,167 > t_{tabel} = 1,985$, maka H_0 ditolak berarti menerima H_1 sehingga ada pengaruh yang signifikan Kebijakan terhadap kepuasan konsumen.

Pengujiannya menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan), Diperoleh F_{hitung} sebesar 48,264 dan F_{tabel} sebesar 2,31. Sehingga $F_{hitung} (48,264) > F_{tabel} (2,31)$ berarti H_1 diterima maka kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi Aspek Fisik, Reliabilitas, Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, dan Kebijakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart di Pabelan. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dimensi kualitas pelayanan (secara simultan) yang meliputi Aspek Fisik, Reliabilitas, Interaksi Personal, Pemecahan Masalah, dan Kebijakan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart di Pabelan terbukti kebenarannya.

PT. Alfamart di Pabelan diharapkan memperhatikan faktor Aspek Fisik dengan cara ruang kerja atau lokasi di sekitar selalu bersih, rapi dan tentram sehingga konsumen yang datang merasa senang dan gembira.

PT. Alfamart di Pabelan diharapkan memperhatikan faktor Reliabilitas dengan cara karyawan dalam melayani atau bertugas selalu bersikap profesional yaitu cepat dan tepat sehingga tidak terjadi kesalahan dan tepat dan benaryang diharapkan pasien.

PT. Alfamart di Pabelan diharapkan memperhatikan faktor Interaksi Personal dengan cara memberikan selalu menjaga hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat memahami minat dan kemauan konsumen.

PT. Alfamart di Pabelan diharapkan memperhatikan faktor Pemecahan Masalah dengan cara memberikan pelayanan dan membantu para konsumen yang membutuhkan dengan cepat dan tanggap.

PT. Alfamart di Pabelan diharapkan memperhatikan faktor Kebijakan dengan cara memberikan meningkatkan kesopanan, keramahtamahan, perhatian dan sifat dapat dipercaya sehingga kepercayaan dan keyakinan konsumen terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.)* Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Molyono, B.H., Yoestini, Nugrahen, R., dan Kamal, M. 2007. *Analisi Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi. Vol 4.2 : 92.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta