

MANAJEMEN & BISNIS

Kajian Ilmu Akuntansi & Bisnis

Volume XV No. I Juli 2024

DAMPAK DAN MANFAAT PENERAPAN STRATEGI MARKETING 5.0 DALAM KONTEKS HAJI

Oleh ;
Mubasyier Fatah
Maximus Ali Perajaka
Yohanes Ngamal

MENGEMBANGKAN PERUSAHAAN DAERAH MENJADI PERUSAHAAN *GO PUBLIC*

Oleh ;
Magit Les Denny Tewu
Eka Setiawati
Juventus Bangkit Wibowo

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO ROTI "MIRA JAYA BAKERY " KABUPATEN MERAUKE

Oleh ;
Metodius France Janggur
Toar Andreas Moleong
Elisabeth Kaka

PROSEDUR PELAYANAN BONGKAR MUAT BARANG PADA PT. SARANA BANDAR NASIONAL (SBN) *BRANDING* PELNI *LOGISTIC* DI PELABUHAN MERAUKE

Oleh ;
Henricus Raba
Ratnawati
Adam Gau Kamagai

PERAN KOMPENSASI (GAJI) DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PADA PT. JAYA PURNAMA EXPRESS DI KABUPATEN MERAUKE

Oleh ;
Enggar Trijunanto
Ignatius Arie
Frengky Tadius Namir

PENGARUH KEDISIPLINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR DINAS KEPENDUDUKAN CATATAN SIPIL KABUPATEN MERAUKE

Oleh ;
Ervina Dewi
Eveline Marry
Liborius Choche

MANAJEMEN & BISNIS

Jurnal Manajemen Bisnis merupakan jurnal ilmiah bagi para ahli manajemen bisnis dan akuntansi bisnis dan konten jurnal ini hasil penelitian, kajian pustaka dan analisa yang menggunakan metode ilmiah yang terukur.

Jurnal Manajemen dan Bisnis diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa Merauke dengan Jadwal penerbitan dua kali dalam setahun yakni pada Juli dan Desember.

Pelindung : Badan Pengurus Yayasan LPK Saint Theresa

Penanggung jawab : Yohanes Ngamal,SE.,M.Si

Dewan Redaksi :

Ketua : Dr. Ir. Arief Nurtjahjo, MH.,M.M

Wakil ketua : Ines Cara Alexander Phoek, B.Com.,MM

Anggota : Dra. Eka Setiawati.,M.Si

Fransiscus Saverinus Ngamel, S.Sos

Alamat Redaksi:

Jl. Nusa Barong. No.1 Merauke, Papua Selatan Tel.(0971)3333501

Email: stie@sainttheresa.ac.id

Sumbangan artikel ilmiah berbahasa indonesia dan inggris karya asli (bukan jiplakan) dan belum pernah dipublikasikan. Dapat dikirim melalui email ke alamat stie@sainttheresa.ac.id Dewan redaksi mengedit dan menyunting tanpa mengubah substansi setiap artikel ilmiah yang dikirimkan penulis.

4

DAMPAK DAN MANFAAT PENERAPAN STRATEGI MARKETING 5.0 DALAM KONTEKS HAJI

Oleh;
(Mubasyier Fatah, Maximus Ali Perajaka, Yohanes Ngamal)

5

25

MENGEMBANGKAN PERUSAHAAN DAERAH MENJADI PERUSAHAAN GO PUBLIC

Oleh;
(Magit Les Denny Tewu, Eka Setiawati, Juventus Bangkit Wibowo)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO ROTI “MIRA JAYA” KABUPATEN MERAUKE

Oleh;
(Metodius France Janggur, Toar Andreas Moloeng, Elisabeth Kaka)

40

61

PROSEDUR PELAYANAN BONGKAR MUAT BARANG PADA PT. SARANA BANDAR NASIONAL (SBN) BRANDING PELNI LOGISTIC DI PELABUHAN MERAUKE

Oleh;
(Henricus Raba, Ratnawati, Adam Gau Kamagai)

PERAN KOMPENSASI (GAJI) DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PADA PT. JAYA PURNAMA EXPRESS DI KABUPATEN MERAUKE

Oleh;
(Enggar Trijunato, Ignatius Arie, Frengky Tadius Namir)

81

101

PENGARUH KEDISIPLINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR DINAS KEPENDUDUKAN CATATAN SIPIL KABUPATEN MERAUKE

Oleh;
(Ervina Dewu, Eveline Marry, Liborius Choce)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO ROTI" MIRA JAYA BAKERY "KABUPATEN MERAUKE

Oleh

Metodius France Janggur

Email : france@sainttheresa.ac.id

Toar Andreas Moleong

Email : toarandreasmoleong@gmail.com

Elisabeth Kaka

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mira jaya Bakery.

Sampel dari penelitian ini berjumlah 72 responden. Pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko roti Mira jaya bakery. Dimana persamaan regresi $Y = 30,918 + 0,260 X$. Selain itu dengan T dan r hitung ($4,334 > r$ tabel $0,195$ dengan signifikasikan $0,000 < 0,05$, nilai R square yaitu $0,212$ dan sisanya $= 78,8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sehingga Kualitas Pelayanan Karyawan Sangat Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Pabrik Roti Mira Jaya Bakery Kabupaten Merauke

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to review the influence of the quality of service for customer satisfaction pada mira jaya. bakery. Samples from this study were 72 respondents. The approach of quantitative research using techniques analysis linear regression simple.

The research results show the quality of services have had a positive impact and significantly correlates with customer satisfaction bakery mira jaya bakery. dimana equation regresi $y = 30,918 + 0,260 x$. In addition with t and r count ($4,334 > r$ table $0,195$ with signifikasikan $0,000; 0,05$, & It the r square and the rest is $0,212 = 78,8\%$ influenced by other factors are not in detail in this research.

So the quality of service employees very significant impact on customer satisfaction at the plant bread Mira jaya bakery Merauke

Keywords: the quality of service, customer satisfaction

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan konsumen merupakan elemen yang penting, dan merupakan bagian terpenting yang harus menjadi perhatian dalam strategi penjualan barang dan jasa. Pada era dengan tingkat persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini, maka mutlak untuk menempatkan pelanggan sebagai perhatian utama. Untuk itu, kualitas pelayanan perlu menjadi perhatian agar dapat memenangkan persaingan. Sebab banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama. Disisi lain pelanggan juga bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Pelanggan tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek. Salah satunya adalah aspek pelayanan, sehingga pelayanan yang baik merupakan hal yang penting untuk menarik pelanggan dalam mengambil keputusannya membeli suatu produk yang dihasilkan, hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Atmawati dan Wahyuni yang dikutip oleh Sulistywati (2015).

Menurut Yulianto, (2020) Kualitas atau mutu merupakan suatu tingkatan baik atau buruknya sesuatu produk yang dihasilkan, baik produk itu berupa barang maupun produk yang berupa jasa yang dihasilkan dari suatu proses tertentu yang mana produk itu sesuai dengan ketentuan atau standar kebutuhan yang diinginkan oleh rata-rata orang.

Dengan kualitas produk yang terjamin akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggannya baik penampilan luar produk maupun pelayanannya yang diberikan oleh karyawan. Memberikan layanan yang baik terhadap semua orang adalah tugas yang mulia, terlebih bagi mereka yang bekerja di sektor pelayanan. Dengan melihat perkembangan dan peningkatan pelayanan karyawan di toko roti mirajaya dari tahun ke tahun semakin meningkat sehingga hal ini dapat dilihat dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Secara umum dapat dikatakan bahwa tujuan dari pelayanan yang dilakukan oleh karyawan adalah untuk menarik perhatian pelanggan serta kenyamanan pelanggan dalam membeli barang yang disediakan oleh toko roti Mira Jaya Bakery.

Untuk mengaplikasikan pelayanan itu kepada pelanggan maka diperlukan konsisten dari karyawan tersebut dalam melayani pelanggan. Kualitas pelayanan yang kurang baik akan memberikan efek tidak nyaman bagi pelanggan yang datang dan lama kelamaan pelanggan mulai beralih untuk menggunakan jasa ditempat lain. Dengan kondisi persaingan yang ketahu itu, hal utama harus diprioritaskan toko roti mira jaya bakery adalah melayani dengan ketulusan sehingga pelanggan merasa puas dan dapat bertahan serta bersaing. Pengelola harus tahu hal apa saja yang dianggap penting oleh untuk menghasilkan kinerja (*performance*) terhadap karyawannya agar dapat memuaskan pelanggan. Persaingan di Kabupaten Merauke khususnya roti

sangat pesat, ini ditandai dengan banyaknya toko roti yang ada di Kabupaten Merauke dan sekitarnya, salah satunya toko roti Mira Jaya Bakery yang berdiri sejak 5 April 2012 terletak di Jalan Seringgu. Toko Roti Mira Jaya ini menyediakan berbagai macam jenis - jenis roti, lokasinya sangat strategis dan membuat semua orang mengetahui keberadaannya dan untuk mampu bertahan maka perlu untuk meningkatkan efisiensi yang tepat dalam hal kualitas pelayanan. Berikut dibawah ini merupakan tabel penjualan roti di toko Mira Jaya Bakery.

Tabel 1.1. Tabel Penjualan Roti Mira Jaya 2018 – 2021

No	Tahun	Jumlah Perbungkus Roti
1.	2020	78.840
2.	2021	129.240
3.	2022	166.320
4.	2023	204.984

Sumber Data: Toko Mira Jaya.

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa terjadi peningkatan penjualan roti pada empat tahun berturut-turut, melihat perkembangan penjualan yang cukup baik salah satu hal yang perlu diperhatikan roti Mira Jaya Bakery yaitu, tetap menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produk sehingga pelanggan akan setia tetap berlangganan di Toko Mira Jaya. Dalam hal dunia bisnis kualitas pelayanan menjadi salah satu unsur yang sangat penting, Oleh karena itu fungsi dan tujuan dalam pelayanan ini, memiliki peran penting dalam suatu usaha guna kelancaran pelayanan yang diberikan

dan harus dimiliki oleh setiap perusahaan atau suatu badan usaha. Hal ini juga yang kemudian menjadikan sebuah indikasi bagi peneliti, bahwa ada kenaikan sangat signifikan dibawah ini merupakan tabel kenaikan jumlah toko roti yang ada di Kabupaten Merauke.

Tabel 1.2. Tabel Jumlah Toko Roti di Kota Merauke

NO	TAHUN	JUMLAH TOKO ROTI
1	Tahun 2020	8
2	Tahun 2021	11
3	Tahun 2022	13
4	Tahun 2023	15

Sumber :Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa kenaikan jumlah toko roti, maka itu perlu pihak pengelola Toko Roti Mira Jaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar para pelangggan merasa puas dan setia serta menjadi pelanggan tetap. Dengan demikian pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dan tepat dapat memberikan efek kepuasan bagi pelanggan. Sehingga strategi peningkatan pelayanan kualitas makin bagus maka pelanggan tidak akan beralih ke toko roti lainnya dan tentunya jumlah pelanggan tetap akan meningkat.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitiann ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko roti Mira jaya Bakery

Kabupaten

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1. Landasan Teoritis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pelayanan merupakan suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus kebutuhan apa yang diperlukan orang lain. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala cara bentuk kegiatan atau aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan.

Menurut Kanedi, (2017) pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri

Menurut Gronroos yang dikutip oleh Sahlan (2019) pelayanan merupakan suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan

Menurut Kasmir, (2017) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Sedangkan menurut Mulyono yang dikutip oleh Rahman, (2017) Pelayanan adalah rasa (Menyenangkan atau tidak

menyenangkan) yang oleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan.

Menurut Tjiptono dikutip oleh Royana, (2013) Pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri dari atas 2 (dua) komponen utama yakni *service operation* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasa tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*).

2.2. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono Wati, (2016) mengatakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Haksever, dkk (2016) menyatakan bahwa Pengertian pelayanan adalah jasa atau pelayanan (*service*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis. Pelayanan adalah hak suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hak lain disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan

permasalahan konsumen atau pelanggan.

Menurut Yves yang dikutip oleh Sulistyawati (2015) Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan.

2.3. Indikator-indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Fikri, Wiyani dan Suwandar (2016) bahwa indikator kualitas pelayanan sebagai adalah :

1. Bukti langsung(*Tangible*)

Bukti langsung adalah kualitas pelayanan yang berupa sasaran fisik perkantoran, komputerisasi, ruang tunggu, tempat informasi, perlengkapan dan personil.

2. Keandalan(*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya, cepat dan tidak pilih kasih dengan tepat waktu.

3. Ketanggapan(*responsiveness*)

Ketanggapan adalah kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan yang menyenangkan serta tanggap terhadap keinginan konsumen.

4. Jaminan(*Assurance*)

Jaminan adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

5. Empati(*Empathy*)

Empati adalah menunjuk pada syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi kepada pelanggan secara kemudahan untuk dihubungi.

2.4. Strategi Kualitas Pelayanan

Menurut

Parasuraman, Berry dan Zeithaml dalam Ratminto & Septi Winarsih (2005) mengungkapkan untuk mencapai kepuasan pelanggan dapat diukur melalui dimensi kualitas pelayanan yang terbagi menjadi 5 dimensi yaitu;

1. Bukti fisik (*tangibles*) merupakan sesuatu yang dapat dilihat dan dirasakan secara nyata sebagai upaya pemenuhan kepuasan pelanggan. Bukti fisik meliputi gedung kantor, peralatan kantor, sarana dan prasarana.

2. Keandalan(*reliability*) yaitu: kemampuan petugas/aparaturnya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat waktu dan dapat dipercaya.

3. Dayak tanggap (*responsiveness*) yaitu: perilaku siap siaga dan tanggap dalam memberikan pelayanan dan dapat

memberikan pertolongan dengan segera.

4. Jaminan(assurance) yaitu kemampuan pegawai/aparatur dalam memberikan kepastian waktu pelayanan, biaya pelayanan dan kepastian penyelesaian pelayanan.
5. Empatib(empathy) yaitu kemampuan pegawai dalam memberikan perhatian yang bersifat pribadi seperti bersikap ramah, murah senyum dan memahami kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 16 Tahun 2014 tentang Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat Terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik disebutkan bahwa pelayanan kepada masyarakat oleh aparatur pemerintahan harus ditingkatkan buntut mencapai kualitas pelayanan yang diharapkan. Survei kepuasan masyarakat merupakan pengukuran mengenai tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari penyelenggara pelayanan publik. Dari beberapa pengertian pelayanan dan pelayanan publik yang diuraikan diatas dapat disimpulkan bahwa, pelayanan merupakan suatu kegiatan pemberian layanan dan melayani keperluan orang atau masyarakat yang dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan. Pada era globalisasi sekarang ini pergeseran penduduk dunia dari

suatu negara negara lain merupakan hal yang sangat biasa baik bentuk bekerja, berlibur dan menetap di suatu wilayah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2011 Pasal 1 ayat 1 tentang Keimigrasian merupakan lalu lintas orang yang masuk atau keluar Wilayah Indonesia beserta pengawasannya dalam rangka menjaga tegaknya kedaulatan negara. Pada dasarnya setiap orang asing yang berada di wilayah Indonesia wajib memiliki izin tinggal keimigrasian. Izin tinggal keimigrasian sendiri adalah izin yang diberikan kepada orang asing(WNA) oleh pejabat Imigrasi atau pejabat dinas luar negeri untuk berada di Wilayah Indonesia. Pada tahun 2019 kemarin Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya telah menerbitkan izin tinggal keimigrasian (ITK) sebanyak 5.063 dari jumlah tersebut kemudian terbagi menjadi beberapa perizininan diantaranya: Izin Tinggal Kunjungan (ITK) sebanyak 1.826 permohonan permohonan, kebanyakan permohonan ITK tersebut berasal dari Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Korea Selatan dan Thailand. Selanjutnya untuk Izin Tinggal Terbatas (ITS) sebanyak 3.135 permohonan yang berasal dari Republik Rakyat Tiongkok (RRT), Jepang dan Korea Selatan. Sedangkan untuk Izin Tinggal Tetap (ITAP) ada sekitar 102 pemohon yang berasal dari Republik Rakyat Tiongkok, Korea Selatan dan Taiwan.

a. Mendengarkan

Penyedia jasa perlu mendengarkan setiap pendapat, keluhan, saran dari konsumen.

- Dengan mendengarkan akan diperoleh berbagai informasi yang dapat digunakan oleh penyedia jasa untuk menyusun strategi agar dapat memberikan kepuasan sesuai harapan konsumen.
- b. **Kehandalan**
- Kehandalan adalah bagian terpenting dan utama dari indikator kualitas pelayanan dalam penyampaian jasa. Kualitas jasa yang baik, akan mampu menunjukkan kehandalan yang tinggi atas jasa kepada konsumennya.
- c. **Layanan Dasar**
- Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan dasar dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan, menepati janji, menggunakan akal sehat, mendengarkan konsumen, memberikan informasi akurat kepada konsumen, dan memberikan nilai.
- d. **Desain Jasa**
- Upaya mengembangkan pandangan jasa sambil mengelolah sebagai detail. Dengan demikian jasa disampaikan sesuai dengan harapan konsumen.
- e. **Pemulihan**
- Salah satu cara untuk memuaskan konsumen perusahaan harus mampu mendorong dan mempermudah konsumen agar dapat menyampaikan keluhannya, serta merespon dengan cepat, dan mengembangkan sistem penyelesaian masalah yang dihadapi setiap konsumen.
- f. **Memberikan Kejutan Konsumen**
- Proses kepastian, keresponan dan empati misalnya dengan memberikan kejutan kepada konsumen melalui kecepatan pelayanan yang tidak biasa atau berbeda dari pesaing, bersikap baik dan sopan kepada setiap konsumen, berkompetensi, berkomitmen dan memahami individu konsumen.
- g. **Berlaku Adil**
- Perusahaan harus berlaku adil, tidak membedakan setiap konsumen, dan menunjukkan sikap keadilan tersebut baik kepada konsumen dan karyawan.
- h. **Kerja Tim**
- Kerjasama merupakan suatu pelajaran yang memungkinkan perusahaan memberikan jasa dengan perhatian melalui peningkatan motivasi dan kemampuan setiap karyawan. Konsumen akan merasa senang dengan pelayanan yang bagus akan meningkatkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Pelayanan prima menjadi prioritas bagi semua bagian perusahaan atau organisasi.
- i. **Riset Karyawan**
- Manajemen perusahaan dan karyawan mengadakan riset bersama, dan berkesinambungan

untuk mengidentifikasi setiap masalah penyampaian jasa kepada konsumen dan strategi yang harus ditempuh untuk menyelesaikan setiap masalah yang timbul, dan mencegah munculnya masalah penyampaian jasa bagi konsumen.

j. Kepemimpinan yang melayani

Kualitas jasa yang disampaikan oleh perusahaan kepada konsumen dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan. Gaya kepemimpinan yang tepat sangat dituntut oleh perusahaan. Pimpinan akan menjadi motivator utama yang turut menginspirasi seluruh bagian yang ada di perusahaan tersebut.

2.5. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller, (2016) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dewasa ini menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Terlebih lagi dalam hal pemenuhan terhadap kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan menuntut sesuatu hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran memiliki dua fungsi Organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya. Di jaman modern ini dengan semakin ketatnya persaingan membuat bisnis harus memiliki strategi dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk dapat bersaing memasarkan produknya

Perusahaan harus mampu merancang strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Kotler dan Armstrong (2016) secara umum bauran pemasaran menekankan pada pengertian suatu strategi yang mengintegrasikan product, price, promotion dan place, dimana kesemuanya itu diarahkan untuk dapat menghasilkan omset penjualan yang maksimal atas produk yang dipasarkan dengan memberikan kepuasan pada para pelanggan

Menurut Sulistyawati, (2015) Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakan.

Menurut Sunyoto, (2013) mendefinisikan kepuasan konsumen atau pelanggan tingkat kepuasan seseorang membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

2.6. Dimensi Kepuasan Pelanggan Menurut Irawan, (2014)

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu alat ukur untuk melihat daya saing suatu perusahaan diberbagai sektor industri. Banyak peneliti yang meneliti tentang kepuasan pelanggan dan topik penelitian yang mengenai kepuasan pelanggan penulis mengkaji, selama 15 tahun terakhir. Berdasarkan datanya dari (Kusuma 2014) Dewanti et

all, 2011), (Prabowo Aris, 2013), (Karwulandari, Nita. 2017) (Djunaedi, 2006), (Agil Putra Shandi Penelitian ini berdasarkan hasil penelitian dari (Agil Putra Shandi 2016) perusahaan dalam bidang kosmetik kecantikan dan perawatan kulit akan dapat tetap bertahan di dalam persaingan jika perusahaan memiliki kemampuan memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam jika perusahaan memiliki kemampuan memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ganjarkami (2014) Salah satu sektor yang menjadi trend di kalangan wanita khususnya, banyaknya berbagai macam kosmetik kecantikan dan perawatan di kalangan wanita khususnya, banyaknya berbagai macam kosmetik kecantikan dan perawatan kulit, dan pesatnya persaingan bisnis klinik kecantikan yang selalu meningkat pada setiap tahunnya.

Menurut Survey Bizteka-CCI, (2015) mengenai data perkembangan pasar industri kecantikan untuk perawatan wajah dan kulit di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2010 perkembangannya mencapai 8,9%, namun pada 2011 menurun sebesar 4% akan tetapi dimulai dari tahun 2012 kenaikan pada perkembangan pasar industri meningkat sebesar 9,76%, dan kenaikan yang sangat pesat terdapat pada tahun 2013 mencapai 11,2%, tahun 2014 12,874% dan pada akhir tahun (2015) mencapai 13,943% (Survey Bizteka-CCI, 2015)

Faktor –faktor yang mendorong

kepuasan pelanggan yaitu;

- Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- Harga, untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- Kualitas pelayanan (*service quality*) kepuasan terhadap pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai barang dimensi, salah satu yang populer adalah *servqual*.
- Emosional (*emotional factor*) pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.
- Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan

2.7. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang relevan terkait dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Roti Mira Jaya Bakery sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Henry Armaniah, dkk (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel AHASS Honda Tangerang	Kualitas pelayanan (X) Kepuasan Konsumen (Y)	Berdasarkan perhitungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh hasil sebesar 0,831 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan sangat kuat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Honda AHASS Tangerang.
2.	Siswanto H, Adhila, F, Dan Purwoko (2020)	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Secara Simultan Mempunyai Pengaruh positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen

Sumber : data diolah penulis, 2022

2.8 .Kerangka Konseptual Peneliti

Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Gambar. 2.1 Kerangka Konseptual



Sumber : data diolah penulis, 2022

2.9. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis dalam penelitian ini ialah:

Ha : Diduga Kualitas Pelayanan Karyawan Sangat Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Pabrik Roti Mira Jaya Bakery Kabupaten

Merauke

Ho : Diduga Kualitas Pelayanan Karyawan Tidak Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Pabrik Roti Mira Jaya Bakery Kabupaten Merauke

III METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2022:7) metode kuantitatif adalah: "Metode kuantitatif merupakan metode ilmiah/scintific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Data penelitian dalam metode ini berupa angka- angka dan analisis menggunakan statistik."

3.1. populasi dan sampel

Menurut pendapat Sugiyono, (2016) "Populasi adalah generalisi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Penelitian ini yang menjadi obyek adalah seluruh Outlet Toko Roti Mira Jaya Bakery yang berjumlah 250 Outlet.

3.4.1 Definisi operasional kepuasan pelanggan

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	No. Item
Variabel Y	Kualitas Produk	1. Kualitas Produk.	1,2
		2. Kesesuaian Fasilitas.	
	Harga	3. Kewajaran biaya dengan Produk.	3,4
		4. Kewajaran biaya dengan pelayanan.	
	Kualitas Pelayanan	5. Pelayanan yang cepat dan tanggap.	5,6
		6. Sistem pengiriman dan produk.	
	Emosional	7. Perhatian mendapat pelayanan.	7,8
		8. Keadilan mendapat pelayanan.	
	Bukti Fisik	9. Mudah dalam mendapatkan layanan.	9,10
		10. Tidak ada biaya tambahan untuk layanan.	

Sumber : data di olah penulis

3.2 Instrumen Penelitian

Menurut Sarjono, dkk (2011) bahwa uji validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Tujuan validitas adalah untuk mengukur valid atau tidaknya valid dalam suatu item pertanyaan.

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan teknik *Bivariate Pearson* (korelasi produk momen pearson) analisis ini dilakukan dengan mengkolerasikan masing-masing nilai item pertanyaan dengan nilai total keseluruhan pertanyaan. Nilai total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkolerasi signifikan dengan nilai total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang diungkap, berikut dibawah ini adalah rumus untuk uji validitas dengan bantuan *software* SPSS versi 22

3.3 Metode Analisis Data Uji Realibilitas

Menurut Sarjono, dkk (2011) bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pertanyaan di dalam sebuah kuesioner. Reliabilitas berarti dapat dipercaya artinya instrumen dapat memberikan hasil yang tepat. Alat ukur instrumen dikategorikan reliabel jika menunjukkan konstanta hasil pengukuran dan mempunyai ketepatan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Koefisien reliabel dapat diperoleh dari rumus *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *software* SPSS versi 22 sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{\sum k \{1 - \sum \sigma_b^2\}}{(k-1) \sigma^2t}$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen.

k = banyak butir pertanyaan.

$\sum \sigma_b^2$ = total dari varian masing-masing variabel.

σ^2t = varian total.

Untuk menentukan apakah variabel reliabel atau tidak maka digunakan ketentuan sebagai berikut;

- Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka item variabel tersebut dinyatakan reliabel.
- Jika nilai *Cronbach's Alpha* ≤ 0,60 maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian t ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pada penelitian ini digunakan uji terhadap kualitas pelayanan karyawan sebesar 0,05. Pengujian perumusan hipotesis ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Merumuskan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a).

- H_0 : kualitas pelayanan karyawan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
- H_a : kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

- H_0 ditolak dan H_a diterima, apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$.
- H_0 diterima dan H_a ditolak, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Kesimpulan

- Apabila H_0 diterima dan H_a ditolak, maka kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
- Begitu juga sebaliknya jika H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kualitas pelayanan karyawan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3.5 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual memiliki distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika residualnya memiliki distribusi normal.

Pedoman yang digunakan untuk mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikansi pada bagian *Kolmogrov-Smirnov* (Asymp.Sig), apabila nilai signifikansi (Asymp.Sig) > 0,05 maka residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Asymp.Sig) ≤ 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal. Pengujian ini dengan bantuan *software* SPSS 22.

3.6. Uji Heteroskedastisitas

Sunyoto, (2011) mengatakan bahwa Persamaan regresi perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homokedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar, menyebar, maupun bergelombang-gelombang.

3.7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, apabila jika hasil semakin mendekati angka 0 maka semakin lemah atau kecil hubungannya. Sebaliknya jika hasil semakin mendekati nilai angka 1 maka semakin besar atau kuat hubungan variabel atau sempurna.

3.8. Uji Koefisien Korelasi

Menurut Trijono dalam Yuliantri, (2018) mendefinisikan bahwa korelasi adalah "derajat hubungan linear antara dua variabel atau lebih dari data

hasil pengamatan". Korelasi merupakan pengukur hubungan dua variabel atau lebih yang dinyatakan dengan derajat keeratan atau tingkat hubungan antar variabel-variabel. Hal ini dapat terjadi hubungan yang sangat signifikan jika p lebih kecil dari 0,01, jika p lebih kecil dari 0,005 maka hubungannya signifikan saja. Namun apabila lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang signifikan. Untuk lebih mudahnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini;

Tabel 3.3.Taraf Uji Korelasi

Taraf Pengujian	Signifikansi
P<0,01	Sangat Signifikan
P<0,05	Signifikan
p>0,05	Tidak Signifikan

Pada pengujian koefiensi korelasi dibantu melalui bantuan program **SPSS 22**

3.9. Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dalam penelitian, yaitu untuk menguji kualitas pelayanan karyawan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Secara umum persamaan regresi sederhana (dengan satu prediktor) dapat dirumuskan sebagai berikut;

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan (*dependent*)

X = kualitas pelayanan karyawan (*independent*)

α = konstanta

β = koefensi regresi

IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau suatu instrument. Uji validitas dilakukan untuk mengoreksi dan mengetahui apakah dari masing-masing pertanyaan yang ada pada kuesioner dengan jumlah dari setiap variabel dapat layak digunakan untuk dijadikan pengambilan data.

Pengujian validitas item dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 22 dengan menggunakan korelasi *Bivariate Person*. Untuk mengetahui nilai r_{tabel} bisa dilakukan dengan menggunakan rumus: $r_{\text{tabel}} (\alpha, n-2)$ dari tabel *Bivariate Person*.

Pada uji validitas ini diketahui bahwa n adalah 72, dan $\alpha = 10\%$, maka, $r_{\text{tabel}} (72-2) = 0,195$. Setiap item pertanyaan dapat dikatakan valid jika, r hitung lebih besar dari $0,195$. Berikut ini merupakan hasil uji validitas kualitas pelayanan karyawan yang tersaji pada tabel 4.1.

Tabel.4.1. Hasil Uji Validitas Variabel

Kualitas Pelayanan Karyawan

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ketera
X1	0,195	0,446	VAL
X2	0,195	0,555	VAL
X3	0,195	0,666	VAL
X4	0,195	0,609	VAL
X5	0,195	0,558	VAL
X6	0,195	0,539	VAL
X7	0,195	0,602	VAL
X8	0,195	0,710	VAL
X9	0,195	0,703	VAL
X10	0,195	0,661	VAL

(X)

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Diketahui bahwa hasil data di atas untuk nilai r hitung pada item pertanyaan pertama kualitas pelayanan (X) sebesar **0,446** yang artinya r hitung lebih besar dari r tabel (**0,446 > 0,195**) dari hasil item ini dikatakan valid, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Sedangkan berdasarkan tabel 4.2. dapat dilihat bahwa butir pernyataan nomor 7 (tujuh) dinyatakan tidak valid dikarenakan nilai r hitungnya lebih kecil dari **0,195**. Oleh karena itu, peneliti menghapus butir-butir pernyataan tersebut kemudian butir-butir yang tersisa di uji lagi sehingga butir-butir pernyataan yang digunakan selanjutnya, berikut dibawah ini adalah tabel hasil uji validitas kepuasan pelanggan sebagai berikut;

Tabel.4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,195	0,451	VALID
Y2	0,195	0,335	VALID
Y3	0,195	0,387	VALID
Y4	0,195	0,414	VALID
Y5	0,195	0,409	VALID
Y6	0,195	0,570	VALID
Y7	0,195	0,131	TIDAK VALID
Y8	0,195	0,471	VALID
Y9	0,195	0,376	VALID
Y10	0,195	0,424	VALID

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Butir-butir Pernyataan Kepuasan Pelanggan yang lolos uji validitas

Tabel.4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Ketera
Y1	0,195	0,451	VAI
Y2	0,195	0,335	VAI
Y3	0,195	0,387	VAI
Y4	0,195	0,414	VAI
Y5	0,195	0,409	VAI
Y6	0,195	0,570	VAI
Y8	0,195	0,471	VAI
Y9	0,195	0,376	VAI
Y10	0,195	0,424	VAI

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Berdasarkan pada tabel 4.3. diatas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan yang telah disaring sehingga hanya tersisa butir-butir pernyataan yang lolos ujian validitas. Artinya setiap item pernyataan diatas benar-benar bisa mengukur variabel yang dimaksudkan.

4.2 Hasil Uji Realibilitas

Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita, (2011) mengatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pertanyaan di dalam sebuah kuesioner. Reliabilitas bearti dapat dipercaya artinya instrumen dapat memberikan hasil yang tepat. Alat ukur instrumen dikategorikan reliabel jika menunjukkan konstanta hasil pengukuran dan mempunyai ketepatan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Pengujian realibilitas menggunakan teknik *cronbach's alpha*, apabila didapatkan nilai *cronbach's alpha* kurang dari 0,60 tidak reliabel. Berikut ini adalah tabel hasil uji reliabilitas untuk melihat nilai *cronbach's alpha* antara pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Roti Mira Jaya Bakery di kota Merauke.

Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.4.

Tabel.4.4. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Hasil Uji	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan Karyawan (X)	0,811	Reliabel
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,796	Reliabel

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas, diketahui angka *cronbach's alpha* sebesar **0,811** sehingga angka tersebut lebih besar dari nilai minimal *cronbach's alpha* sebesar 0,60 oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur keseluruhan item kualitas pelayanan karyawan dapat dikatakan reliabel. Sedangkan untuk kepuasan pelanggan angka *cronbach's alpha* sebesar **0,796** angka tersebut lebih besar dari nilai minimal *cronbach's alpha* sebesar 0,60 maka, hasil dari keseluruhan dapat disimpulkan instrument penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

4.3 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, residual memiliki distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika residualnya memiliki distribusi normal. Pedoman yang digunakan untuk

mengetahui residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikansi pada bagian *Kolmogrov-Smirnov* (Asymp.Sig), apabila nilai signifikansi (Asymp.Sig) > 0,05 maka residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Asymp.Sig) ≤ 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas pada tabel 4.5.

Tabel.4.5. Hasil Uji Normalitas

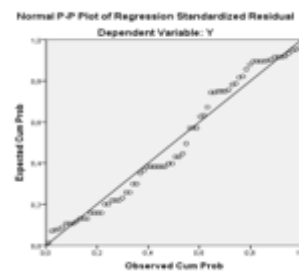
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	72
	Std. Deviation	,0000000
	n	3,68850786
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,060
	Negative	-,049
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dengan pengujian teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menghasilkan sebesar **0,060**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi varians residual yang diperoleh bersifat normal karena nilai *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05. Setelah mengetahui hasil nilai uji normalitas berikut dibawah ini merupakan hasil grafik *probability plots* yang tersaji pada gambar 4.1.

Gambar.4.1. Grafik Normal P-P Plot



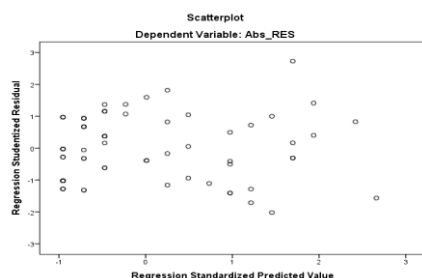
Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Berdasarkan gambar *probability plots* diatas terlihat garis (titik-titik) mengikuti dan mendekati garis diagonal dan tidak meyimpang jauh dari garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi kepuasan pelanggan adalah normal.

4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Persamaan regresi perlu juga di uji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homokedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika *scatterplot* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar, menyebar, maupun bergelombang-gelombang. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan teknik *scatterplot* dapat dilihat pada

Gambar.4.2. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Berdasarkan gambar diatas diketahui bahwa titik-titik terdapat pola yang teratur baik yang menyempit, melebar, menyebar dan maupun bergelombang. Dengan demikian disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

4.5 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) sering pula disebut dengan koefisien majemuk (*multiple coefficient of determination*). R² menjelaskan proporsi variasi variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (X) dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel.4.6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estim
1	.460 ^a	.212	.200	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Karyawan
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Dari hasil tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi yang disesuaikan (R sebesar **0,460%**. (adalah penguadratan dari koefisien korelasi atau R yaitu $0,460 \times 0,460 =$

$0,212$). Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) sebesar $0,212\%$ sama dengan $21,2\%$, angka tersebut mengandung arti bahwa kualitas pelayanan karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar $21,2\%$, sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 21,2\% = \mathbf{78,8\%}$) dijelaskan oleh faktor lain selain variabel bebas yang dipergunakan dalam penelitian ini.

4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh positif atau negatif suatu arah hubungan variabel independen dan dependen. Berikut merupakan hasil analisis linear regresi sederhana dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel.4.7. Hasil Analisis Linear Regresi Sederhana

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	30,918	2,476		12,485
kualitas pelayanan karyawan	,260	,060	,460	4,334

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Dari hasil perhitungan tabel di atas bahwa a = angka konstan sebesar **30,918**, koefisien kualitas pelayanan karyawan (X) sebesar **0,260** Berdasarkan hasil pada tabel tersebut persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut;

$$Y = 30,918 + 0,260 X$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan Karyawan

Dari persamaan fungsi di atas, dapat di interpretasikan bahwa bila kualitas pelayanan karyawan bersifat konstan atau bernilai 0 (nol), maka Y (kepuasan pelanggan) sebesar **30,918**. Koefisien regresi sebesar **0,260** menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 (satu) kali untuk kualitas pelayanan karyawan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar **0,260**, dan sebaliknya jika kualitas pelayanan karyawan mengalami penurunan 1 (satu) kali maka kepuasan pelanggan diprediksi mengalami penurunan sebesar **0,260**. Jadi arah hubungan kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif yang searah.

4.7 Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Setelah diketahui butir-butir dalam instrumen dinyatakan valid dan dapat dipercaya, maka selanjutnya adalah mencari arah kuatnya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan menggunakan rumus korelasi. maka hasil hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 4.8. sebagai berikut:

Tabel.4.8. Hasil Koefisien Korelasi

Correlations			
	Kualitas Pelayanan Karyawan	Keputusan Pelanggan	
Kualitas Pelayanan Karyawan	Person Correlation	1	,460**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	72	72
Keputusan Pelanggan	Person Correlation	,460**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	72	72

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai $r = 0,460$ dengan $p = 000$, karena nilai p lebih kecil dari 0,01 dan sehingga nilai r positif, Berdasarkan tabel pedoman interpretasi koefisien korelasi diatas maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan karyawan dengan kepuasan pelanggan ($r = 0,460$, $p < 0,01$, dan $r^2 = 0,212$).

4.7.1 Hasil Pengujian (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel.4.9. Hasil Tabel Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	30,918	2,476			12,485	,000
kualitas pelayanan karyawan	,260	,090	,460		4,334	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan

Sumber : Data Primer; diolah oleh Peneliti.

Dari hasil di atas dapat diketahui nilai t hitung sebesar **4,334**, berikut dibawah ini merupakan langkah-langkah sebagai berikut:

- Rumusan hipotesis yang digunakan dalam penelitian

ini adalah:

$H_0: \beta > 0$ kualitas pelayanan karyawan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a: \beta < 0$ *kualitas pelayanan karyawan* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

b. Kriteria Pengujian

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak (H_a diterima) kualitas pelayanan karyawan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima (H_a ditolak) kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

c. Kesimpulan

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**4,334 > 1,666**) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan karyawan dengan kepuasan pelanggan. Jadi secara kesimpulan diketahui bahwa kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

4.7.2 Pembahasan

Menurut Tdjiptono Wati, dkk, (2016) mengatakan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Artinya, kualitas

didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Berdasarkan hasil temuan peneliti mengemukakan bahwa adanya kualitas pelayanan karyawan sangat berpengaruh pesat terhadap kepuasan pelanggan yang dapat dilihat dari hasil korelasi koefisien yang dimana angka hasil uji korelasi koefisien sebesar **0,460**. Artinya bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan karyawan dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan yang kurang baik akan memberikan efek tidak nyaman bagi pelanggan yang datang dan lama kelamaan pelanggan mulai beralih untuk menggunakan jasa ditempat lain. Dengan kondisi persaingan yang ketahu itu, hal utama harus diprioritaskan toko roti mira jaya bakery adalah melayani dengan ketulusan sehingga pelanggan merasa puas dan dapat bertahan serta bersaing.

Teori ini sejalan dengan Pubarani, (2015) mengatakan kualitas layanan merupakan segala kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan agar sesuai harapan mereka yang harus dimiliki oleh perusahaan atau instansi yang menawarkan jasa, karena dengan kualitas pelayanan kepada konsumen, perusahaan atau instansi dapat mengukur tingkat kinerja yang telah dicapai

V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Mira Jaya Bakery. Maka, peneliti menyimpulkan ada 3 yaitu,

1. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memperoleh hasil sebesar 0,460 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Roti Mira Jaya Bakery.
2. Dari perhitungan Koefisien Determinasi (KD) diperoleh hasil sebesar 0,212 yang artinya 21,2% variabel kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan karyawan dan sisanya sebesar 78,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.
3. Dari hasil analisis regresi linear sederhana dapat diketahui hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan $Y = a + bX = (30,918 + 0,260 X)$ yang menunjukkan bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan maka hasil dari kepuasan pelanggan sebesar 30,918 dan jika kualitas pelayanan karyawan mengalami

penurunan atau kenaikan 1 angka atau jika kualitas pelayanan karyawan dinaikkan atau diturunkan sebesar 1% maka akan menaikkan atau menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,260.

5.2 Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa dalam melakukan penelitian dan penyajian hasil penelitian memiliki keterbatasan dan kelemahan. Beberapa keterbatasan dan kelemahan adalah sebagai berikut;

1. Dalam penyebaran kuesioner, peneliti memiliki keterbatasan mendampingi secara pribadi dengan para responden dalam mengisi kuesioner. Hal ini dapat menyebabkan ketidakakuratan dalam pengisian kuesioner, seperti tidak memiliki waktu banyak sehingga mengakibatkan jawaban yang kurang cermat serta responden menjawab asal-asalan dan tidak jujur.
2. Hasil penelitian diatas berdasarkan data yang sesungguhnya yang diberikan responden dalam menjawab kuesioner dan diharapkan data tersebut berdasarkan yang sesungguhnya. Jadi kesimpulan hanya terbatas oleh perolehan data.
3. Variabel bebas yang diteliti oleh peneliti hanya terfokus pada kualitas pelayanan karyawan tanpa menambahkan variabel lainnya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbasannya, maka beberapa saran yang diajukan adalah sebagai berikut;

1. Saran bagi pihak manajemen Toko Roti Mira Jaya Bakery, agar pihak manajemen untuk memperhatikan kualitas pelayanan agar semakin banyak pelanggan tetap bertambah dan memperhatikan kondisi fisik dalam penjualan jika ada yang merasa perlu diganti segera mungkin untuk bertindak dalam menggantikan tempat jualan yang perlu diganti, agar para konsumen yang datang membeli roti merasa puas terhadap pelayanan di Toko Roti Mira Jaya Bakery.
2. Saran bagi peneliti selanjutnya, peneliti dapat menambahkan variabel maupun terori tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan agar penelitian ini semakin luas dan bertambah.

Sugiyono, (2016) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (ke-23). Bandung-Alfabeta

Jurnal; Henny Armaniah, dkk, (2019) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel AHASS Honda Tangerang" Managerial – Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 2 No. 2 Tahun 2019.

Nurhidayati dan Yuliantri, K, (2018) Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fish Street cabang Tebet. Widya Cipta, II (1), 69-75. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/view/2918>.

Kanedi, I. (2017). Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kota Bengkulu. *Jurnal Pseudocode, Volume IV Nomor 1*, 2355-5920.

Sulistiyawati, N. M. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN INDUS UBUD GIANYAR. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 8*, 2318-2332.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir, (2017) Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fikri, Wiyani dan Suwandaru, (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*

JURNAL
MANAJEMEN & BISNIS
ISSN 2303 - 0313

Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa, Merauke

Jl. Nusa Barong No.1 Merauke Papua Selatan 10130.Tel (0971) 33333501 Email: stie@sainttheresa.ac.id