

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT. NUSANTARA CARD SEMESTA AGEN SITUBONDO

Rini Kartika Sari\*)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

\*)email: rini.kartika.sari@unars.ac.id

### Abstrak

Perkembangan sektor usaha jasa pengiriman saat ini, mulai mengalami pertumbuhan setiap saat, hal ini merupakan suatu tantangan bagi pengusaha lain. sehingga Penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan maupun parsial diantara variabel Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen, serta variabel yang dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. Nusantara Card Semesta Agen Situbondo. Teknik analisa data yang digunakan adalah Analisa Regresi Linier Berganda, Uji F (*F-test*) serta Uji T (*t-test*). Berdasarkan analisa yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan yaitu pertama, secara simultan (bersama-sama) diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya ada pengaruh secara simultan antara Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen. Kedua, secara parsial diketahui bahwa Keandalan ( $X_1$ ) dan Bukti Fisik ( $X_5$ ) sama-sama memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan probabilitas  $< 0,05$  yang berarti ada pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan Daya Tanggap ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ) dan Empati ( $X_4$ ) sama-sama memiliki  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan probabilitas  $> 0,05$  yang berarti ketiga variabel ini tidak ada pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Ketiga, variabel Bukti Fisik yang dominan dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

### Abstract

*The development of the delivery service sector business is currently starting to grow all the time, this is a challenge for other entrepreneurs. So this study aims to determine whether there is a simultaneous or partial influence between the variables of Service Quality on Consumer Satisfaction, as well as the dominant variable that has an effect on Consumer Satisfaction. The method of data collection was carried out by observation and distributing questionnaires to customers of PT. Nusantara Card Semesta Situbondo Agent.*

*The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis, F-test (F-test) and T-test (t-test). Based on the analysis that has been done, it can be concluded that first, simultaneously (together) it is known that the value of  $F_{count} > F_{table}$  means that there is a simultaneous influence between Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Physical Evidence on Consumer Satisfaction. Second, it is partially known that Reliability ( $X_1$ ) and Physical Evidence ( $X_5$ ) both have a value of  $t_{count} > t_{table}$  and probability  $< 0.05$  which means there is a partial effect on Consumer Satisfaction, while Responsiveness ( $X_2$ ), Guarantee ( $X_3$ ) and Empathy ( $X_4$ ) both have  $t_{count} < t_{table}$  and probability  $> 0.05$ , which means that these three variables have no partial effect on Consumer Satisfaction. Third, the dominant physical evidence variable in influencing consumer satisfaction.*

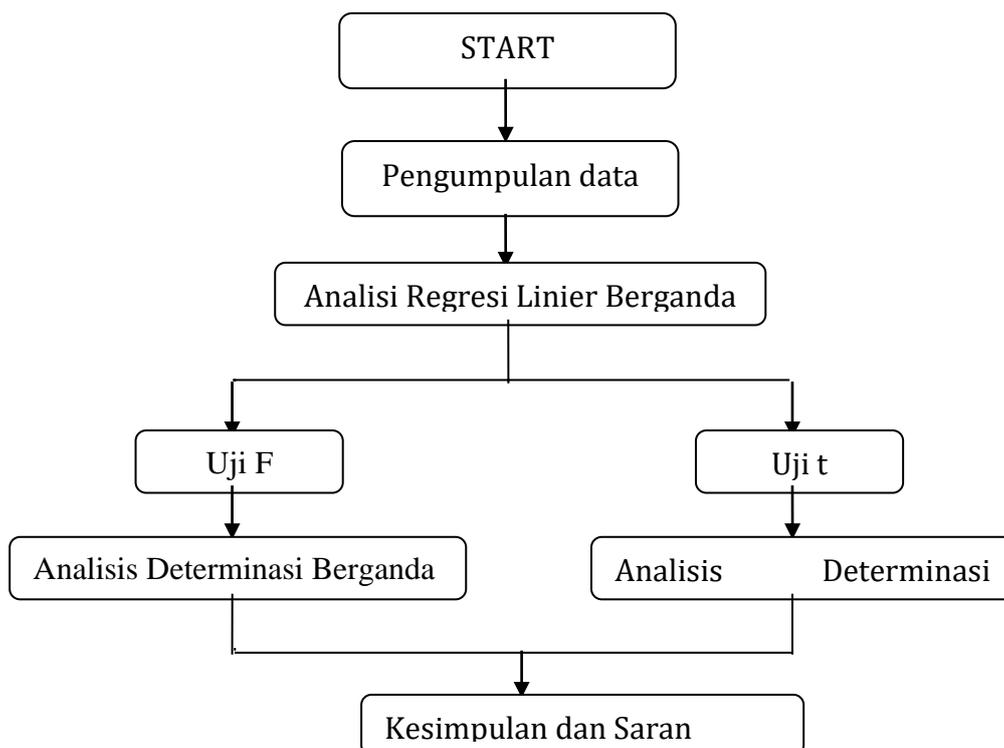
**Keywords :** Service Quality, Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang sektor usaha jasa pengiriman saat ini mulai mengalami perkembangan dan pertumbuhan setiap saat, hal ini merupakan suatu tantangan bagi pengusaha lain yang bergerak dibidang jasa pengiriman. Pelayanan yang baik merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha yang bersifat jasa. Produk dengan kualitas jasa pelayanan yang bagus tetapi tidak diikuti dengan pelayanan yang memuaskan akan kalah dalam persaingan. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya. Adapun lima dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*), diharapkan PT. Nusantara Card Semesta mampu memahami bagaimana konsumen memandang mutu dan tingkat mutu pelayanan jasa yang mereka harapkan. Hal ini merupakan titik tolak bagi perusahaan untuk lebih memahami dan menindak lanjuti pengembangan layanan bagi pelanggan. Perhatian terhadap kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap konsumen atau pelanggan yang memilih menggunakan jasa pengiriman di PT. Nusantara Card Semesta Agen Situbondo.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang untuk menentukan suatu tingkat hubungan antara variabel-variabel yang berbeda dalam suatu populasi, yang sifatnya adalah berusaha untuk menaksir hubungan antara variabel-variabel yang diteliti serta besarnya arah hubungan yang terjadi atau juga dapat dikatakan, penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antara beberapa variabel peneliti melalui uji hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Tahap pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan valid untuk dasar keberhasilan penelitian. Adapun cara pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kuesioner  
Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket yang berisi daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden.
- b. Wawancara  
Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui tanya jawab dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada peneliti.
- c. Observasi  
Teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung pada objek yang dituju, khususnya pada hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

$X_1$  = Keandalan (*Reliability*)

$X_2$  = Daya Tanggap (*Responsiveness*)

$X_3$  = Jaminan (*Assurance*)

$X_4$  = Empati (*Emphaty*)

$X_5$  = Bukti Fisik (*Tangibles*)

$Y$  = kepuasan konsumen

Metode ini meramalkan berapa kuatnya pengaruh masing-masing variabel bebas (kualitas pelayanan jasa) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen). Rumus regresi linier berganda menurut sugiono (2004: 261) yaitu :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + e$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan konsumen (variabel terikat)

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Keandalan

$X_2$  = Responsivitas

$X_3$  = Jaminan

$X_4$  = Empati

$e$  = Error

#### **Pengujian Secara Simultan (menggunakan Uji F)**

Pengujian ini dimaksud untuk mengetahui keberartian pengaruh dari komponen  $X$  sebagai komponen bebas  $Y$  sebagai komponen terikat dengan menggunakan  $F_{tes}$  (J.Suprpto, 2001: 300).

- a.  $H_0 : b_j = 0$ , berarti tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$ .
- b.  $H_a : b_j \neq 0$ , berarti ada pengaruh yang nyata antara variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap  $Y$ .  
Level of signifikan 95% ( $\alpha=0,5\%$ ).  
Level of signifikan 95% ( $\alpha=0,5\%$ ). Uji F berlaku untuk satu arah, yaitu positif.

Kriteria pengujian untuk uji F:

1.  $H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{table}$ , dengan demikian keempat komponen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Nusantara Card Semesta Agen Situbondo.

2.  $H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , demikian minimal ada satu komponen yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Nusantara Card Semesta Agen Situbondo.

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K-1}}{\frac{1-R^2}{n-K}}$$

Dimana:

- n = banyaknya observasi  
K = banyaknya komponen  
 $R^2$  = koefisien determinan

### Pengujian Secara Parsial (menggunakan Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial dengan rumus (J. Supranto, 2001: 302)

$$t = \frac{b-B}{S_b}$$

Dimana :

- t =  $t_{hitung}$  yang diperoleh  
b = Koefisien regresi parsial variabel  
B = Koefisien regresi parsial populasi  
 $S_b$  = Standart deviasi dari variabel bebas

Hipotesis yang diajukan pada pengujian ini adalah

- a.  $H_0 : b_1 \neq 0$ , berarti tidak ada pengaruh yang nyata secara parsial  $X_1 - X_4$  terhadap Y  
b.  $H_a : b_1 = 0$ , berarti ada pengaruh yang nyata secara parsial  $X_1 - X_4$  terhadap Y  
Level of signifikan : 95% ( $\alpha = 0,5\%$ ).

Uji t ini berlaku untuk dua arah yang berbeda, yaitu positif dan negatif. Kriteria pengujian uji t :

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan komponen bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap komponen terikat.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan komponen bebas mempunyai pengaruh terhadap komponen terikat.
3. Jika  $t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan komponen bebas mempunyai pengaruh terhadap komponen terikat.
4. Jika  $t_{hitung} > -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan komponen bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap komponen terikat.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh beberapa *variabel independent* terhadap *variable dependent* secara simultan atau bersama-sama dengan merumuskan koefisien determinasi (J. Supranto, 2001: 315) sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}$$

dimana :

- $R^2$  = Koefisien korelasi berganda  
 $b_1, b_2, b_3, b_4$  = Koefisien regresi linier  
 $X_1, X_2, X_3, X_4$  = Variabel independent  
Y = Kepuasan konsumen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan data dari hasil penelitian tersebut maka hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Koefisien Beta	T Statistik	Taraf Signifikan
Kehandalan	0,407	0,407	2,732	0,012
Daya Tanggap	0,241	0,241	1,239	0,227
Jaminan	-0,059	-0,059	-0,360	0,722
Empati	-0,068	-0,068	-0,404	0,690
Bukti Fisik	0,422	0,422	2,350	0,027
Constanta	5,863		0,000	1,000
Multiple R	0,823			
R Square	0,677			
Adjuted R Square	0,610			
F Statistik	10,069			
Sig.	0,000			
D. Watson	2,803			

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan hasil estimasi regresi yang tertuang pada tabel. Hasil perhitungan regresi tersebut selanjutnya digunakan untuk menyusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$
$$Y = 5,863 + 0,407 X_1 + 0,241 X_2 - 0,059 X_3 - 0,068 X_4 + 0,422 X_5 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi atau diramalkan oleh variabel bebas. Penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen.
- a = Merupakan konstanta (a) yang menunjukkan bahwa apabila tanpa dipengaruhi oleh variabel (X) faktor-faktor kepuasan maka prediksi nilai kepuasan konsumen sebesar 5,863.
- b<sub>1</sub> = 0,407 merupakan koefisien regresi dari variabel kehandalan (X<sub>1</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah positif. Artinya bahwa apabila kehandalan meningkat 1 satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 40,7% dengan asumsi variabel bebas lainnya relatif konstan.
- b<sub>2</sub> = 0,241 merupakan koefisien regresi dari variabel daya tanggap (X<sub>2</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah positif. Artinya bahwa apabila daya tanggap meningkat 1 satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 24,1% dengan asumsi variabel bebas lainnya relatif konstan.
- b<sub>3</sub> = -0,059 merupakan koefisien regresi dari variabel jaminan (X<sub>3</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah negatif. Artinya bahwa apabila jaminan menurun 1 satuan maka kepuasan konsumen akan menurun sebesar 5,9% dengan asumsi variabel bebas lainnya relatif konstan.
- b<sub>4</sub> = -0,068 merupakan koefisien regresi dari variabel empati (X<sub>4</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah negatif. Artinya bahwa apabila empati menurun 1 satuan maka

kepuasan konsumen akan menurun sebesar 6,8% dengan asumsi variabel bebas lainnya relatif konstan.

$b_5 = 0,422$  merupakan koefisien regresi dari variabel bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) adalah positif. Artinya bahwa apabila bukti fisik meningkat 1 satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 42,2% dengan asumsi variabel bebas lainnya relatif konstan.

### Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan variabel bebas (*independent*) secara simultan terhadap variabel terikat (*dependent*).

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	19.638	5	3.928	10.069	.000 <sup>a</sup>
Residual	9.362	24	.390		
Total	29.000	29			

Sumber : data yang diolah

Hasil analisis diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 10,069 dan untuk nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,6207, pada taraf kepercayaan 5% dengan  $df_1 = 5$ , serta  $df_2$  yang diperoleh dari hitungan  $n - k - 1 = 30 - 5 - 1 = 24$ . Hasil ini menerangkan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada nilai  $F_{tabel}$  atau dengan kata lain  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti menunjukkan bahwa secara serempak variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### Uji t (Parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ . Hasil analisis regresi linier berganda mengenai hasil uji t tersebut sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji t

Faktor Independent	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig.
Kehandalan ( $X_1$ )	2,732	2,0639	0,012
Daya Tanggap ( $X_2$ )	1,239	2,0639	0,227
Jaminan ( $X_3$ )	-0,360	2,0639	0,722
Empati ( $X_4$ )	-0,404	2,0639	0,690
Bukti Fisik ( $X_5$ )	2,350	2,0639	0,027

Sumber : data yang diolah

Pengaruh masing-masing faktor independent (Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik) terhadap faktor dependent (kepuasan konsumen) dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Pengaruh faktor Kehandalan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen. Hasil Uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,732 sedangkan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% (uji dua sisi) diketahui nilainya sebesar 2,0639. Kriteria pengujian adalah  $H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  dan  $H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ . Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  (2,732)  $>$   $t_{tabel}$  (2,0639), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Signifikan  $0,012 < 0,05$  sehingga Kehandalan ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

- b. Pengaruh Faktor Daya Tanggap ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $1,239 < t_{tabel}$  ( $2,0639$ ) dan taraf signifikasinya  $0,227 > 0,05$  sehingga Daya Tanggap ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- c. Pengaruh Faktor Jaminan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,360 < t_{tabel}$  ( $2,0639$ ) dan taraf signifikasinya  $0,722 > 0,05$  sehingga Jaminan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- d. Pengaruh Faktor Empati ( $X_4$ ) terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,404 < t_{tabel}$  ( $2,0639$ ) dan taraf signifikasinya  $0,690 > 0,05$  sehingga Empati ( $X_4$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- e. Pengaruh Faktor Bukti Fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $2,350 > t_{tabel}$  ( $2,0639$ ) dan taraf signifikasinya  $0,027 < 0,05$  sehingga Bukti Fisik ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y Secara Simultan

- a. Faktor Kehandalan ( $X_1$ )

Faktor Kehandalan dalam penelitian ini merupakan faktor yang mempunyai pengaruh langsung dengan koefisien regresi sebesar  $0,407$  terhadap kepuasan konsumen setelah menggunakan layanan jasa dari PT. Nusantara Card Semesta. Faktor Kehandalan dimungkinkan akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan bahwa transaksi yang ada berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan saat pelayanan, sehingga konsumen akan merasa puas jika menggunakan layanan yang diberikan. Hasil analisis dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa dengan semakin meningkatnya persentase variabel Kehandalan akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian faktor Kehandalan akan dapat menjadi pertimbangan bagi pimpinan maupun manajemen dalam mempersiapkan strategi Kehandalan tanpa mengabaikan faktor lainnya terutama faktor Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen yang akan menggunakan layanan jasa pengiriman PT. Nusantara Card Semesta.
- b. Faktor Daya Tanggap ( $X_2$ )

Faktor Daya Tanggap dalam penelitian ini merupakan faktor yang mempunyai pengaruh langsung dengan koefisien regresi sebesar  $0,241$  terhadap kepuasan konsumen ketika menggunakan layanan jasa pengiriman. Faktor Daya Tanggap dimungkinkan akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan bahwa transaksi yang ada berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan saat pelayanan, sehingga konsumen akan merasa terlayani keperluan dan kepentingannya tanpa harus banyak kehilangan waktu saat menggunakan jasa layanan yang diberikan.
- c. Faktor Jaminan ( $X_3$ )

Faktor Jaminan merupakan faktor yang mempunyai pengaruh langsung dengan koefisien regresi sebesar  $-0,059$  terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan jasa pengiriman. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan semakin menurunnya prosentase variabel Jaminan akan dapat menurunkan kepuasan konsumen. Dengan demikian faktor Jaminan akan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan dan manajemen PT. Nusantara Card Semesta dalam mempersiapkan strategi Jaminan tanpa mengabaikan faktor lainnya terutama Kehandalan, Daya Tanggap, Empati dan Bukti Fisik.
- d. Faktor Empati ( $X_4$ )

Faktor Empati merupakan faktor yang mempunyai pengaruh langsung dengan koefisien regresi sebesar  $-0,068$  terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan jasa pengiriman. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa

dengan semakin menurunnya prosentase variabel Empati akan dapat menurunkan kepuasan konsumen. Dengan demikian faktor Empati akan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pimpinan dan manajemen PT. Nusantara Card Semesta dalam mempersiapkan strategi Empati tanpa mengabaikan faktor lainnya terutama Keandalan, Daya Tanggap, Empati dan Bukti Fisik.

e. Faktor Bukti Fisik ( $X_5$ )

Faktor Bukti Fisik dalam penelitian ini merupakan faktor yang mempunyai pengaruh langsung dengan koefisien regresi sebesar 0,422 terhadap kepuasan konsumen ketika menggunakan layanan jasa pengiriman. Faktor Bukti Fisik dimungkinkan akan meningkatkan rasa aman, nyaman dan menjadi daya tarik bagi konsumen, sehingga konsumen akan merasa senang dan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Nusantara Card Semesta.

**Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y Secara Parsial**

Pada hipotesa kedua yang memprediksi bahwa secara parsial seluruh variabel X dapat mempengaruhi variabel Y tidak terbukti, karena tiga dari kelima variabel yaitu Daya Tanggap ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ) dan Empati ( $X_4$ ) tidak signifikan yang ditandai dengan  $\alpha > 0,05$  yaitu 0,227; 0,722 dan 0,690. Hal ini bukan berarti variabel ini tidak mempengaruhi variabel Y sama sekali, tetapi pengaruhnya relatif sangat kecil maka dianggap kurang berpengaruh. Berbeda dengan variabel Keandalan ( $X_1$ ) dan Bukti Fisik ( $X_5$ ) masing-masing dengan signifikansi 0,012 dan 0,027 serta mempunyai nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu 2,732 dan 2,350 yang berarti keduanya memang benar-benar mempengaruhi variabel Y, sehingga secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa hipotesa kedua ditolak.

**Pengaruh Variabel X Dominan**

Hipotesa ketiga yang memprediksi bahwa variabel Keandalan ( $X_1$ ) merupakan variabel yang paling dominan tidak terbukti. Melalui perhitungan koefisien regresi dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan adalah Bukti Fisik ( $X_5$ ), yaitu sebesar 0,422 yang berarti hipotesa ketiga ditolak.

Apabila diperhatikan bahwa pengaruh sesuatu yang nampak nyata seperti jaminan keterampilan relatif lebih kecil bila dibandingkan dengan perhatian pada konsumen yang dimiliki seseorang, hal ini menandakan bahwa semakin tinggi perhatian seseorang pada konsumen, tentunya akan mempengaruhi jaminan, begitu pula untuk jenis pelayanan yang diberikan tanpa didukung oleh keramahan dan kesopanan kepada konsumen tidak akan dapat diketahui hasil yang dicapai, sehingga kepuasan konsumen pada dasarnya akan mencerminkan melalui tingkat perhatian yang dimiliki oleh petugas/karyawan PT. Nusantara Card Semesta.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu :

- Secara simultan variabel bebas yang meliputi : Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $10,069 > 2,6207$  pada signifikansi  $0,000 < 0,05$ .
- Nilai thitung dari masing-masing variabel bebas  $X_1$  dan  $X_5$  lebih besar dari ttabel, artinya variabel bebas Keandalan dan Bukti Fisik secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Variabel bebas Daya Tanggap ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ) dan Empati ( $X_4$ ) tidak berpengaruh secara signifikan karena masing-masing mempunyai  $\alpha > 5\%$  yaitu  $0,227 > 0,05$ ;  $0,722 > 0,05$  dan  $0,690 > 0,05$ .

- c. Variabel Bukti Fisik merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan jasa pengiriman PT. Nusantara Card Semesta.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Saya mengucapkan terima kasih yang tulus atas kerjasama dan dedikasi Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) untuk mengadakan webinar nasional pada tahun 2022.

#### **REFERENSI**

- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 2, Manajemen Pemasaran Edisi Melenium*. Prentice Hall : Jakarta.
- Kotler, Philip, Amstrong, Gary. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesembilan*. Jakarta : PT. Indeks.
- Tandjung, Jenu Widjaja. (2004). *Marketing Management : Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Bayumedia Publishing. Malang.
- Sugiono. (2004). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Supranto. J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jilid 1, Rineka Cipta Jakarta