

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Jasa Tour and Travel Arwaniyyah

##### 1. Profil Jasa Tour and Travel Arwaniyyah

Tour and Travel Arwaniyyah sebagai penyelenggara bimbingan ibadah umroh sampai di tanah suci bagi para calon jama'ah umroh berkedudukan di Kota Kudus yang resmi mendapat izin operasional dari pemerintah. Di bawah pengelolaan Yayasan Arwaniyyah keberadaan Tour and Travel Arwaniyyah telah beroperasi sejak tahun 1998 berkat dukungan serta partisipasi berbagai pihak. Sampai saat ini masih eksis dan sangat dibutuhkan masyarakat khususnya bagi para jamaah calon umroh yang ingin mendapat bimbingan umroh secara lengkap, detail dan sekaligus dapat dibimbing sampai di tanah suci dengan harapan mendapatkan kemudahan, kelancaran, serta kenyamanan dalam melaksanakan ibadah umroh.<sup>1</sup>

Hikmah adalah makna yang terkandung dalam amalan fisik atau rahasia yang tersirat di balik amalan fisik. Syariat adalah amalan dahir. Hakikat adalah intinya. Jika setiap amalan menyatu antara hakikat dan syariatnya akan mewujudkan hasil yang menakjubkan. Agar ibadah umroh dapat meningkatkan kualitas keimanan seseorang, maka selayaknya hikmah umroh dicermati oleh setiap orang yang menunaikannya.

Kewajiban Ibadah umroh mengandung banyak hikmah besar dalam kehidupan rohani seorang muslim, dan tentunya mengandung kemaslahatan bagi seluruh ummat Islam dari segi dunia dan akhirat. Diantara hikmah itu nampak ketika kita melakukan proses ibadah umroh itu sebagai berikut Ihrom berarti mengharamkan, mengalalkan dan memasuki tanah suci. Ihrom mengisyaratkan keharusan untuk melepaskan

---

<sup>1</sup> Data Dokumentasi Jasa Tour and Travel Arwaniyyah yang dikutip tanggal 10 Agustus 2017.

sifat-sifat buruk, seperti bangga dengan pakaian yang biasanya melekat di tubuh kita, yang melahirkan sifat sombong, bangga dan takabbur, maka dengan berpakaian Ihram menggambarkan betapa hina dan miskinnya kita di hadapan Allah SWT, mengingatkan kita bahwa sesungguhnya kita lahir tanpa busana sama sekali dan ketika kita meninggal kita pun hanya di bungkus pakaian yang tak berjahit.

Ketika berihram maka bukan hanya pakaian kita yang ihram tapi sesungguhnya tubuh hati serta tingkah laku kita turut pula berihram, setelah tubuh kita meninggalkan kemewahan maka tubuh yang ihram pun meninggalkan perbuatan-perbuatan yang tercela, mulut kita harus dibatasi dengan hanya mengucapkan kalimat-kalimat dzikir, yang tentunya menghindari dari kata-kata yang membawa kepada sifat fasik, pertengkaran bahkan kalimat yang mubah tapi tidak membawa faedah. Sungguh sebuah penempatan diri yang luar biasa.

Dengan memahami makna simbol “pakaian ihram” diharapkan para hujjaj/mu'tamirin setelah pulang dari tanah suci tidak lagi melakukan larangan-larangan agama atau dengan kata lain, para hujjaj/mu'tamirin seharusnya melarang dan mengharamkan dirinya dari perbuatan yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya.<sup>2</sup>

## **2. Visi dan Misi Jasa Tour and Travel Arwaniyyah**

Setiap Biro Jasa, Organisasi dan Lainnya Mempunyai Visi Misi yang jelas demi mewujudkan tujuan organisasi, begitu juga Arwaniyyah Tour & Travel juga Mempunyai Visi & Misi yang Jelas, Berikut Visi Misi Kami :

### **a. Visi :**

- 1) Terwujudnya biro umroh/haji dan wisata religi yang berkualitas dan terpercaya.
- 2) Terwujudnya staf biro yang bertaqwa dan beretika.

### **b. Misi :**

---

<sup>2</sup> Data Dokumentasi Jasa Tour and Travel Arwaniyyah yang dikutip tanggal 10 Agustus 2017.

- 1) Memberikan kemudahan layanan terbaik
- 2) Meningkatkan tata kelola perusahaan
- 3) Berinovatif, Progresif, Komunikatif, Responsif dan menyenangkan dalam menjalankan pelayanan umroh dan haji

### 3. Struktur Organisasi

#### STRUKTUR ORGANISASI PT. ARWANIYAH TOUR DAN TRAVEL

- a. Dewan Komisaris
 

Komisaris Utama	: KH. Muhammad Ulinnuha Arwani
Komisaris	: KH. Muhammad Ulil Albab Arwani
Komisaris	: H. Ahmad Ainun Naim
Komisaris	: DR. H. Ahmad Faiz, Lc. MA
- b. Direksi
 

Direktur Utama	: H. Misbahuddin Nashan, S.Pd.I
Direktur	: Riqza Ahmad, SQ. MA
- c. Staf Pelaksana
 

Keuangan	: Nilna Mafaza, S.Kom
Administrasi	: Khuriyatul Agustina
Ticket & Hotel	: H. Muhammad Fauzi Muslih
Paspor, Transport & Wisata	: H. Samsul Arifin
Marketing & Pembimbing	: H. Seun Adhim, M.Pd.I
Bagian Umum & Logistik	: Siti Muslichah, SE.Sy

### B. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Sebagaimana dikemukakan di dalam bab III, pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan diuji adalah potensi, referensi serta perilaku pengguna Jasa Tour and Travel Arwaniyyah. Sehingga data yang terkumpul bisa valid dan reliabel. Dari 60

kuesioner yang peneliti sebarakan semuanya kembali kepada peneliti, sehingga data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 60 responden.

Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut antara lain: jenis kelamin, umur, pendidikan, lama menjadi pengguna.

### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu responden laki-laki dan responden perempuan yang seluruhnya berjumlah 60 responden disajikan pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	25	41,7%
Perempuan	35	58,3%
Jumlah	60	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 60 responden yang menjadi sampel responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25 orang atau 41,7%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 35 orang atau 58,3% dari keseluruhan jumlah sampel.

### 2. Umur Responden

Hasil penelitian terdapat tiga kelompok responden, yaitu responden yang berusia 21-30 tahun, 31-40 tahun dan 41-50 tahun yang seluruhnya berjumlah 60 responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2****Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Usia	Jumlah	Persentase
21-30 tahun	15	25%
31-40 tahun	28	46,7%
41-50 tahun	17	28,3%
Jumlah	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang menjadi sampel yang berusia antara 21-30 tahun sebanyak 15 orang atau 25%. Sedangkan mayoritas responden berusia antara 31-40 tahun sebanyak 28 orang atau 46,7% dari keseluruhan jumlah sampel. Kemudian responden yang berusia antara 41-50 tahun sebanyak 17 orang atau 28,3%.

### 3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 60 responden diperoleh data tentang status pendidikan responden penelitian. Tabel 4.3 menunjukkan identitas responden berdasarkan status pendidikannya.

**Tabel 4.3****Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD / Sederajat	12	20%
SMP / Sederajat	18	30%
SMA / Sederajat	25	41,7%
Perguruan Tinggi	5	8,3%
Jumlah	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 60 responden yang menjadi sampel mayoritas adalah responden yang berpendidikan SMA

yaitu sebesar 25 orang atau 41,7%. Sedangkan distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan SMP sebesar 18 orang atau 30%, responden yang berpendidikan SD yaitu sebesar 12 orang atau 20% dan yang berpendidikan Perguruan Tinggi sebesar 5 responden atau 8,3%.

#### 4. Lama Menjadi Pengguna

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 60 responden diperoleh data tentang lama bekerja responden penelitian. Tabel 4.4 menunjukkan identitas responden berdasarkan lama bekerjanya.

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menjadi Pengguna**

Lama Menjadi Pengguna	Jumlah	Persentase
> 5 tahun	37	61,7%
< 5 tahun	23	38,3%
Jumlah	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 60 responden, terlihat bahwa responden yang menjadi pengguna di Jasa Tour and Travel Arwaniyyah > 5 tahun sebanyak 37 responden atau 61,7% dari total keseluruhan responden. Sedangkan sisanya adalah responden yang menggunakan jasa Tour and Travel Arwaniyyah < 5 tahun sebanyak 25 responden atau 38,3% dari total keseluruhan responden.

#### C. Deskripsi Data

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang analisis pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna jasa Tour and Travel Arwaniyyah adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Data Hasil Penelitian**

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Keandalan (X1)	Q1X1	12	20,0	22	36,7	17	28,3	8	13,3	1	1,7
	Q2X1	17	28,3	25	41,7	13	21,7	5	8,3	0	0,0
	Q3X1	11	18,3	19	31,7	20	33,3	10	16,7	0	0,0
	Q4X1	19	31,7	18	30,0	17	28,3	5	8,3	1	1,7
	Q5X1	15	25,0	18	30,0	20	33,3	6	10,0	1	1,7
Daya Tanggap (X2)	Q1X2	17	28,3	24	40,0	14	23,3	5	8,3	0	0,0
	Q2X2	21	35,0	19	31,7	12	20,0	8	13,3	0	0,0
	Q3X2	19	31,7	19	31,7	14	23,3	8	13,3	0	0,0
	Q4X2	18	30,0	21	35,0	14	23,3	7	11,7	0	0,0
	Q5X2	16	26,7	30	50,0	10	16,7	4	6,7	0	0,0
Jaminan (X3)	Q1X3	17	28,3	24	40,0	11	18,3	6	10,0	2	3,3
	Q2X3	17	28,3	26	43,3	11	18,3	6	10,0	0	0,0
	Q3X3	10	16,7	22	36,7	20	33,3	7	11,7	1	1,7
	Q3X4	26	43,3	17	28,3	11	18,3	5	8,3	1	1,7
	Q3X5	12	20,0	21	35,0	23	38,3	3	5,0	1	1,7
Bukti Fisik (X4)	Q1X4	8	13,3	29	48,3	13	21,7	9	15,0	1	1,7
	Q2X4	9	15,0	26	43,3	18	30,0	6	10,0	1	1,7
	Q3X4	10	16,7	21	35,0	21	35,0	5	8,3	3	5,0
	Q3X4	19	31,7	16	26,7	15	25,0	7	11,7	3	5,0
Empati (X5)	Q1X5	9	15,0	26	43,3	15	25,0	10	16,7	0	0,0
	Q2X5	11	18,3	22	36,7	20	33,3	6	10,0	1	1,7
	Q3X5	19	31,7	22	36,7	14	23,3	3	5,0	2	3,3
	Q3X5	14	23,3	22	36,7	15	25,0	6	10,0	3	5,0
Kepuasan Pengguna (Y)	Q1Y	5	8,3	27	45,0	24	40,0	4	6,7	0	0,0
	Q2Y	5	8,3	28	46,7	25	41,7	2	3,3	0	0,0
	Q3Y	8	13,3	27	45,0	22	36,7	2	3,3	1	1,7
	Q4Y	6	10,0	12	20,0	36	60,0	3	5,0	3	5,0

Sumber data: data primer yang diolah, 2017

### 1. Keandalan (X1)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai keandalan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (20%), setuju (36,4%), netral (28,3%), tidak setuju (13,3%), dan sangat tidak setuju (1,7%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (28,3%), setuju (41,7%), netral (21,7%), tidak setuju (8,3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (18,3%), setuju (31,7%), netral (33,3%), tidak setuju (16,7%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (31,7%), setuju (30%), netral (28,3%), tidak setuju (8,3%), dan sangat tidak setuju (1,7%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (25%), setuju (30%), netral (33,3%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (1,7%).

### 2. Daya tanggap (X2)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai daya tanggap, responden menjawab sangat setuju sebanyak (28,3%), setuju (40%), netral (21,7%), tidak setuju (8,3%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (35%), setuju (31,7%), netral (20%), tidak setuju (13,3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (31,7%), setuju (31,7%), netral (23,3%), tidak setuju (13,3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (30%), setuju (35%), netral (23,3%), tidak setuju (11,7%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (26,7%), setuju (50%), netral (16,7%), tidak setuju (6,7%), dan sangat tidak setuju (0%).

### 3. Jaminan (X3)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai jaminan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (28,3%), setuju (40%), netral (18,3%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (3,3%). Pada

pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (28,3%), setuju (43,3%), netral (18,3%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (16,7%), setuju (36,7%), netral (33,3%), tidak setuju (11,7%), dan sangat tidak setuju (1,7%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (43,3%), setuju (28,3%), netral (18,3%), tidak setuju (8,3%), dan sangat tidak setuju (1,7%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (20%), setuju (35%), netral (38,3%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (1,7%).

#### **4. Bukti Fisik (X4)**

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai bukti fisik, responden menjawab sangat setuju sebanyak (13,3%), setuju (48,3%), netral (21,7%), tidak setuju (15%), dan sangat tidak setuju (1,7%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (15%), setuju (43,3%), netral (30%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (1,7%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (16,7%), setuju (35%), netral (35%), tidak setuju (8,3%), dan sangat tidak setuju (5%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (31,7%), setuju (26,7%), netral (25%), tidak setuju (11,7%), dan sangat tidak setuju (5%).

#### **5. Empati (X5)**

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai empati, responden menjawab sangat setuju sebanyak (15%), setuju (43,3%), netral (25%), tidak setuju (16,7%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (18,3%), setuju (36,7%), netral (33,3%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (1,7%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (31,7%), setuju (36,7%), netral (23,3%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (3,3%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (23,3%), setuju (36,7%), netral (25%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (5%).

## 6. Kepuasan Pengguna (Y)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai kepuasan pengguna, responden menjawab sangat setuju sebanyak (8,3%), setuju (45%), netral (40%), tidak setuju (6,7%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (8,3%), setuju (46,7%), netral (41,7%), tidak setuju (3,3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (13,3%), setuju (45%), netral (36,7%), tidak setuju (3,3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (10%), setuju (20%), netral (60%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (5%).

Selanjutnya akan dibahas mengenai analisis berdasarkan persepsi responden terhadap variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur dan SPSS sebagai alat, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

### 1. Variabel Kehandalan (X<sub>1</sub>)

Dari hasil analisis data berdasarkan persepsi responden mengenai variabel kehandalan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Tanggapan Responden terhadap Kehandalan (X<sub>1</sub>)**

Kategori	Interval	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	1.00-1.80 <sup>3</sup>	Sangat Rendah	1	1,6%
2	1.81-2.60	Rendah	9	15%
3	2.61-3.40	Sedang	9	15%
4	3.41-4.20	Tinggi	25	41,7%
5	4.21-5.00	Sangat Tinggi	16	26,7%
Jumlah			60	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

<sup>3</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 203.

Data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa kehandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diinginkan konsumen<sup>4</sup> dengan nilai sangat tinggi sebesar 26,7%, sedang sisanya yang menjawab tinggi yaitu sebesar 41,7%, sedang 15%, rendah sebesar 15%, dan sangat rendah sebesar 1,6%.

## 2. Variabel Daya tanggap ( $X_2$ )

Dari hasil analisis data berdasarkan persepsi responden mengenai variabel daya tanggap dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.7**

**Hasil Tanggapan Responden terhadap Daya tanggap ( $X_2$ )**

Kategori	Interval	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	1.00-1.80 <sup>5</sup>	Sangat Rendah	0	0,0%
2	1.81-2.60	Rendah	3	5%
3	2.61-3.40	Sedang	13	21,7%
4	3.41-4.20	Tinggi	26	43,3%
5	4.21-5.00	Sangat Tinggi	18	30%
Jumlah			60	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa daya tanggap adalah kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan segera. Sejumlah organisasi memilih untuk berfokus kepada tanggapan (responsiveness) dalam posisinya<sup>6</sup> dengan nilai sangat tinggi sebesar 30%, sedang sisanya yang menjawab tinggi yaitu sebesar 43,3%, sedang 21,7%, rendah sebesar 5%, dan sangat rendah sebesar 0%.

<sup>4</sup> Yazid, Op. Cit, hal. 102.

<sup>5</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 203.

<sup>6</sup> Ibid, hal.106.

### 3. Variabel Jaminan ( $X_3$ )

Dari hasil analisis data berdasarkan persepsi responden mengenai variabel jaminan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.8**

**Hasil Tanggapan Responden terhadap Jaminan ( $X_3$ )**

Kategori	Interval	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	1.00-1.80 <sup>7</sup>	Sangat Rendah	1	1,6%
2	1.81-2.60	Rendah	7	11,7%
3	2.61-3.40	Sedang	8	13,3%
4	3.41-4.20	Tinggi	28	46,7%
5	4.21-5.00	Sangat Tinggi	16	26,7%
Jumlah			60	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, risiko atau keragu-raguan<sup>8</sup> dengan nilai sangat tinggi sebesar 26,7%, sedang sisanya yang menjawab tinggi yaitu sebesar 46,7%, sedang 13,3%, rendah sebesar 11,7%, dan sangat rendah sebesar 1,6%.

### 4. Variabel Bukti Fisik ( $X_4$ )

Dari hasil analisis data berdasarkan persepsi responden mengenai variabel bukti fisik dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

<sup>7</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 203.

<sup>8</sup> Tjiptono. dkk, Op. Cit., hal.68-69.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Tanggapan Responden terhadap Bukti Fisik (X<sub>4</sub>)**

Kategori	Interval	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	1.00-1.80 <sup>9</sup>	Sangat Rendah	2	3,3%
2	1.81-2.60	Rendah	9	15%
3	2.61-3.40	Sedang	10	16,7%
4	3.41-4.20	Tinggi	19	31,7%
5	4.21-5.00	Sangat Tinggi	20	33,3%
Jumlah			60	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa bukti fisik mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisikal, peralatan, personel, dan material-material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan, dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen<sup>10</sup> dengan nilai sangat tinggi sebesar 33,3%, sedang sisanya yang menjawab tinggi yaitu sebesar 31,7%, sedang 16,7%, rendah sebesar 15%, dan sangat rendah sebesar 3,3%.

#### 5. Variabel Empati (X<sub>5</sub>)

Dari hasil analisis data berdasarkan persepsi responden mengenai variabel jaminan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Tanggapan Responden terhadap Bukti Fisik (X<sub>4</sub>)**

Kategori	Interval	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	1.00-1.80 <sup>11</sup>	Sangat Rendah	2	3,3%
2	1.81-2.60	Rendah	4	6,7%
3	2.61-3.40	Sedang	13	21,7%
4	3.41-4.20	Tinggi	18	30%
5	4.21-5.00	Sangat Tinggi	23	38,3%
Jumlah			60	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

<sup>9</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 203.

<sup>10</sup> Tjiptono. dkk, Pemasaran Strategik, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2008, hal.68-69.

<sup>11</sup>Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 203.

Data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa bukti fisik mencakup penampilan fasilitas atau elemen-elemen fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang kualitas, kenyamanan, dan keamanan dari jasa yang ditawarkan kepada konsumen<sup>12</sup> dengan nilai sangat tinggi sebesar 38,3%, sedang sisanya yang menjawab tinggi yaitu sebesar 30%, sedang 21,7%, rendah sebesar 6,7%, dan sangat rendah sebesar 3,3%.

## 6. Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Dari hasil analisis data berdasarkan persepsi responden mengenai variabel kehandalan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.11**

**Hasil Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

Kategori	Interval	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	1.00-1.80 <sup>13</sup>	Sangat Rendah	0	0,0%
2	1.81-2.60	Rendah	3	5%
3	2.61-3.40	Sedang	22	36,7%
4	3.41-4.20	Tinggi	26	43,3%
5	4.21-5.00	Sangat Tinggi	9	15%
Jumlah			60	100,0%

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan adalah fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan (perceived performance) dengan harapan (expeciations)<sup>14</sup> dengan nilai sangat tinggi sebesar 15%, sedang sisanya yang menjawab tinggi yaitu sebesar 43,3%, sedang 36,7%, rendah sebesar 5%, dan sangat rendah sebesar 0%.

<sup>12</sup> Tjiptono. dkk, Pemasaran Strategik, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2008, hal.68-69.

<sup>13</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 203.

<sup>14</sup> Tjiptono, Op. Cit, hal. 26

## D. Data Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas Instrumen

Penerapan uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali, terhadap gejala yang sama. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut:

#### a. Variabel Keandalan / Reliability ( $X_1$ )

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas**

No.Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Q1X1	0,429	0,2542	Valid
Q2X1	0,336	0,2542	Valid
Q3X1	0,284	0,2542	Valid
Q4X1	0,390	0,2542	Valid
Q5X1	0,319	0,2542	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk Degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $60 - 2 = 58$  dengan alpha 0.05 didapat  $r_{tabel}$  0,2542. Jika  $r_{hitung}$  (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom pearson correlation) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel keandalan / reliability yang terdiri dari 5 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Variabel Tanggap / Responsiveness ( $X_2$ )

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas**

No.Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Q1X2	0,333	0,2542	Valid
Q2X2	0,597	0,2542	Valid
Q3X2	0,740	0,2542	Valid
Q4X2	0,717	0,2542	Valid
Q5X2	0,426	0,2542	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk Degree of freedom (df) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung  $60 - 2 = 58$  dengan alpha 0.05 didapat  $r_{tabel}$  0,2542. Jika  $r_{hitung}$  (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom pearson correlation) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel tanggap / responsiveness yang terdiri dari 5 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Variabel Jaminan / Assurance ( $X_3$ )

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Validitas**

No.Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Q1X3	0,660	0,2542	Valid
Q2X3	0,642	0,2542	Valid
Q3X3	0,859	0,2542	Valid
Q4X3	0,787	0,2542	Valid
Q5X3	0,641	0,2542	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk Degree of freedom (df) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung  $60 - 2 = 58$  dengan alpha 0.05 didapat  $r_{tabel}$  0,2542. Jika  $r_{hitung}$  (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom pearson correlation) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel jaminan / assurance yang terdiri dari 5 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

d. Variabel Bukti Fisik / Tangible ( $X_4$ )

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji Validitas**

No.Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Q1X4	0,885	0,2542	Valid
Q2X4	0,766	0,2542	Valid
Q3X4	0,779	0,2542	Valid
Q4X4	0,853	0,2542	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk Degree of freedom (df) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung  $60 - 2 = 58$  dengan alpha 0.05 didapat  $r_{tabel}$  0,2542. Jika  $r_{hitung}$  (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom pearson correlation) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel bukti fisik / tangible yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

e. Variabel Empati / Emphaty ( $X_5$ )

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Validitas**

No.Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Q1X5	0,590	0,2542	Valid
Q2X5	0,725	0,2542	Valid
Q3X5	0,738	0,2542	Valid
Q4X5	0,749	0,2542	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk Degree of freedom ( $df$ ) =  $n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $60 - 2 = 58$  dengan alpha 0.05 didapat  $r_{tabel}$  0,2542. Jika  $r_{hitung}$  (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom pearson correlation) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel empati / emphaty yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

## f. Variabel Kepuasan (Y)

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Validitas**

No.Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Q1Y	0,440	0,2542	Valid
Q2Y	0,686	0,2542	Valid
Q3Y	0,588	0,2542	Valid
Q4Y	0,540	0,2542	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk Degree of freedom ( $df$ ) =

n-2. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung  $60 - 2 = 58$  dengan alpha 0.05 didapat  $r_{\text{tabel}} 0,2542$ . Jika  $r_{\text{hitung}}$  (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom pearson correlation) lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kepuasan yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai goodness of measure. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien Alpha Cronbach, apabila koefisien alpha  $> 0,60$  maka instrumen dikatakan reliabel. Berikut hasil pengujian reliabilitas.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Reliability Coefficiens	r-Alpha	Kaidah	Keterangan
Kehandalan / Reliability ( $X_1$ )	5 Item	0.748	0,60	Reliabel
Daya Tanggap / Responsiveness ( $X_2$ )	5 Item	0.760	0,60	Reliabel
Jaminan / Assurance ( $X_3$ )	5 Item	0.801	0,60	Reliabel
Bukti Fisik / Tangible ( $X_4$ )	4 Item	0.833	0,60	Reliabel
Empati / Emphaty ( $X_5$ )	4 Item	0,808	0,60	Reliabel
Kepuasan ( Y )	4 Item	0,739	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Alpha Cronbach  $> 0,60$ , dengan demikian semua variabel ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$  dan Y) dapat dikatakan reliabel.

### E. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

#### 1. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (variance inflation factor), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

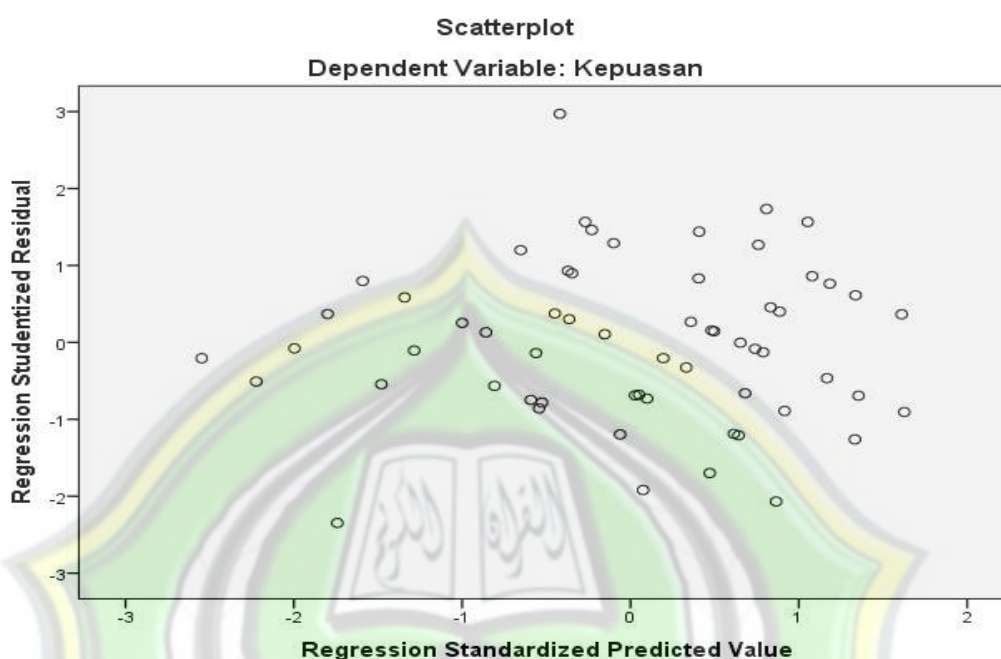
Variabel	Tolerance	VIF
Kehandalan / Reliability ( $X_1$ )	0,773	1,293
Daya Tanggap / Responsiveness ( $X_2$ )	0,949	1,054
Jaminan / Assurance ( $X_3$ )	0,937	1,067
Bukti Fisik / Tangible ( $X_4$ )	0,756	1,322
Empati / Emphaty ( $X_5$ )	0,971	1,030

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil pengujian multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu kehandalan, daya tanggap dan jaminan karena semua nilai VIF kurang dari angka 10. Berdasarkan hasil pengujian yang tercermin dalam tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas, artinya tidak terjadi hubungan linier antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

## 2. Uji Heterokedastisitas

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan grafik scatterplot tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniiyah.

## 3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Koefisien	Nilai
Durbin Watson	1,517

Sumber : Data primer diolah, 2017

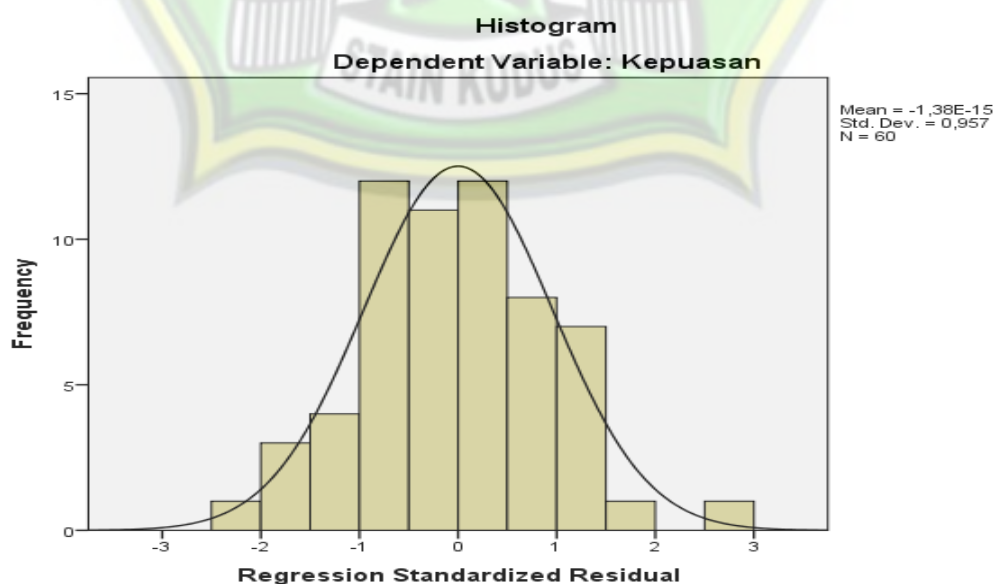
Dari hasil pengujian autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 1,517 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah responden 60 orang dan jumlah variabel bebas 3, maka diperoleh nilai dl 1,4083 dan nilai du 1,7671. Oleh karena nilai DW 1,517 diantara  $du < DW < 4-du$  yaitu  $(1,7671 < 1,517 < 2,2329)$  maka sesuai kaidah pengambilan keputusan disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi.

#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

**Gambar 4.2**

#### Hasil Uji Normalitas

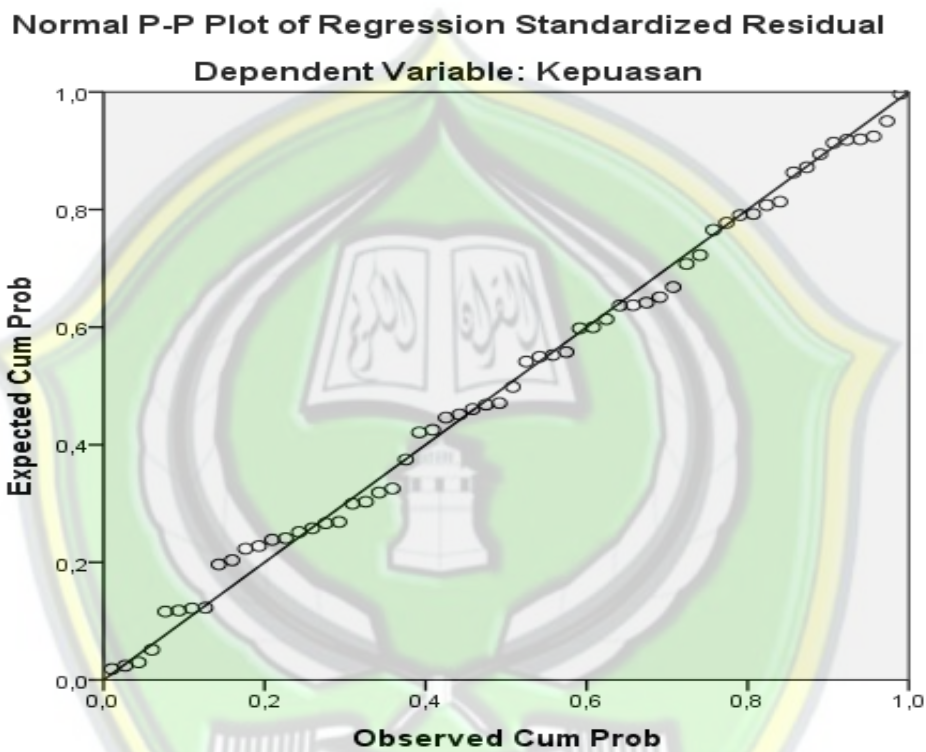


Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan normal probability plot pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.3**

**Hasil Uji Normalitas**



Sumber : Data primer diolah, 2017.

**F. Hasil Analisis Statistik**

**1. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kehandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.21**  
**Hasil Regresi linier Berganda**

Variabel	Koefisien B
Konstanta	2,038
Kehandalan / Reliability ( $X_1$ )	0,184
Daya Tanggap / Responsiveness ( $X_2$ )	0,090
Jaminan / Assurance ( $X_3$ )	0,053
Bukti Fisik / Tangible ( $X_4$ )	0,304
Empati / Emphaty ( $X_5$ )	0,070

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh kehandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,038 + 0,184X_1 + 0,090X_2 + 0,053X_3 + 0,304X_4 + 0,070X_5 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha$  0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 2,038, dapat diartikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas seperti kehandalan dan daya tanggap maka variabel terikat kepuasan pengguna sudah memiliki pengaruh sendiri sebesar 2,038.
- b. Variabel kehandalan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna ( $Y$ ), dengan koefisien regresi sebesar 0,184. Artinya variabel kehandalan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan pengguna ( $Y$ ), apabila variabel kehandalan ( $X_1$ ) naik 1 satuan maka kepuasan pengguna ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,184 dan apabila variabel

- kehandalan (X1) turun 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan turun sebesar 0,184.
- c. Variabel daya tanggap (X2) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,090. Artinya variabel daya tanggap (X2) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan pengguna (Y), apabila variabel daya tanggap (X2) naik 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan naik sebesar 0,090 dan apabila variabel daya tanggap (X2) turun 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan turun sebesar 0,090.
- d. Variabel jaminan (X3) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,053. Artinya variabel jaminan (X3) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan pengguna (Y), apabila variabel jaminan (X3) naik 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan naik sebesar 0,053 dan apabila variabel jaminan (X3) turun 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan turun sebesar 0,053.
- e. Variabel bukti fisik (X4) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,304. Artinya variabel bukti fisik (X4) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan pengguna (Y), apabila variabel bukti fisik (X4) naik 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan naik sebesar 0,304 dan apabila variabel bukti fisik (X4) turun 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan turun sebesar 0,304.
- f. Variabel empati (X5) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,070. Artinya variabel empati (X5) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan pengguna (Y), apabila variabel empati (X4) naik 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan naik sebesar 0,070 dan apabila variabel empati (X5) turun 1 satuan maka kepuasan pengguna (Y) akan turun sebesar 0,070.

## 2. Uji t

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa variabel kehandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna (Y) digunakan uji t. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan  $t_{hitung}$  dari olah data SPSS.

**Tabel 4.22**

**Hasil Uji t**

Variabel	t hitung	t tabel	Nilai Sig	Kaidah	Interpretasi
Kehandalan ( $X_1$ )	2,385	2,00488	0,021	0,05	berpengaruh
Daya Tanggap ( $X_2$ )	2,977	2,00488	0,033	0,05	berpengaruh
Jaminan ( $X_3$ )	2,723	2,00488	0,003	0,05	berpengaruh
Bukti Fisik ( $X_4$ )	4,300	2,00488	0,000	0,05	berpengaruh
Empati ( $X_5$ )	2,973	2,00488	0,335	0,05	berpengaruh

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

### a. Pengujian Terhadap Variabel Kehandalan ( $X_1$ )

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0.5$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 60-5-1 = 54$  diperoleh  $t_{tabel} = 2,00488$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,385. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,385 > 2,00488$ ), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga **H1 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,021 sehingga indikator yang menggambarkan kehandalan terbukti

berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

b. Pengujian Terhadap Variabel Daya tanggap (X2)

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0.5$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 60-5-1 = 54$  diperoleh  $t_{tabel} = 2,00488$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,977. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,977 > 2,00488$ ), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga **H2 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,033 sehingga indikator yang menggambarkan daya tanggap terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

c. Pengujian Terhadap Variabel Jaminan (X3)

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0.5$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 60-5-1 = 54$  diperoleh  $t_{tabel} = 2,00488$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,723. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,723 > 2,00488$ ), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga **H3 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar

0,003 sehingga indikator yang menggambarkan jaminan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

d. Pengujian Terhadap Variabel Bukti Fisik (X4)

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0.5$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 60-5-1 = 54$  diperoleh  $t_{tabel} = 2,00488$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,300. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $4,300 > 2,00488$ ), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga **H4 diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,000 sehingga indikator yang menggambarkan jaminan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

e. Pengujian Terhadap Variabel Empati (X5)

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0.5$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 60-5-1 = 54$  diperoleh  $t_{tabel} = 2,00488$ . Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,973. Dengan demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,973 > 2,00488$ ), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga **H5 diterima** yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah,

berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0,335 sehingga indikator yang menggambarkan empati terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

### 3. Uji Statistik F

Langkah pertama yaitu merumuskan hipotesis yaitu diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Langkah kedua menentukan besarnya F tabel dengan ukuran sampel. Dimana dk pembilang= 5 dk penyebut= 60 dan nilai  $\alpha = 0.05$ , sehingga di dapat F tabel = 2,37 seperti pada tabel berikut:

**Tabel 4.23**

#### **Hasil Uji Statistik F**

Koefisien	Nilai
Nilai F hitung	8,996
Nilai F Tabel	2,37
Nilai Sig.	0,000

Sumber : Data primer diolah, 2017

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung = 8,996 yang telah disajikan tabel ANOVA dalam persamaan regresi. Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Karena  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $8,996 > 2,37$ ), sehingga **H<sub>0</sub> diterima** yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah dapat diterima dan terbukti benar.

#### 4. Koefisien Determinasi

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.24**

**Hasil Koefisien Determinasi**

Koefisien	Nilai
R	0,674 <sup>a</sup>
R square	0,454

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat menggunakan nilai pada kolom R. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar  $r = 0,674^a$ , hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati memiliki hubungan terhadap variabel terikat kepuasan pengguna (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang tinggi.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R square besarnya 0,454. Ini berarti variabel kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kehandalan dan daya tanggap yang diturunkan dalam model sebesar 45,4%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) kepuasan pengguna sebesar 45,4%. Variasi kepuasan pengguna bisa dijelaskan oleh variasi dari kelima variabel

independen, jadi sisanya sebesar  $(100\% - 45,4\% = 54,6\%)$  kepuasan pengguna dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya kepercayaan, efektifitas komunikasi dan lainnya.

## G. Pembahasan

### 1. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Pengguna

Terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai demikian  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,385 > 2,00488$ ), sehingga indikator yang menggambarkan keandalan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Teori user based approach menunjukkan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Dimensi reliable (keandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Herni Justiana pada tahun (2012) yang berjudul analisis kepuasan konsumen (SERVQUAL model dan Important Performance Analysis Model) serta hasil penelitian Teuku Aliansyah, dkk (2012) yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) keandalan (reliability) terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Pengaruh Daya tanggap terhadap Kepuasan Pengguna

Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $1,977 > 2,00488$ ), sehingga indikator yang menggambarkan daya tanggap terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Teori user based approach menunjukkan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Dimensi responsiveness (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada anggota.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Handoko pada tahun (2011) yang berjudul analisis pengaruh kualitas pelayanan (Service Quality) sistem informasi akademik terhadap kepuasan mahasiswa (studi kasus STMIK AMIKOM Yogyakarta dan AMIKOM Cipta Darma Surakarta) serta hasil penelitian Teuku Aliansyah, dkk (2012) yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) daya tanggap (responsiveness) terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## 3. Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pengguna

Terdapat pengaruh yang signifikan antara jaminan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,723 > 2,00488$ ), sehingga indikator yang menggambarkan jaminan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Teori user based approach menunjukkan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Dimensi responsiveness (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada anggota.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Handoko pada tahun (2011) yang berjudul analisis pengaruh kualitas pelayanan (Service Quality) sistem informasi akademik terhadap kepuasan mahasiswa (studi kasus STMIK AMIKOM Yogyakarta dan AMIKOM Cipta Darma Surakarta) serta hasil penelitian Teuku Aliansyah, dkk (2012) yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) daya tanggap (responsiveness) terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

#### **4. Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pengguna**

Terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $4,300 > 2,00488$ ), sehingga indikator yang menggambarkan bukti fisik terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Teori user based approach menunjukkan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Dimensi tangibles (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya

tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Teuku Aliansyah, dkk (2012) yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) bukti fisik atau tangibles terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

#### **5. Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pengguna**

Terdapat pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $2,973 > 2,00488$ ), sehingga indikator yang menggambarkan empati terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Teori user based approach menunjukkan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Dimensi empathy (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Handoko pada tahun (2011) yang berjudul analisis pengaruh kualitas pelayanan (Service Quality) sistem informasi akademik terhadap kepuasan mahasiswa (studi kasus STMIK AMIKOM Yogyakarta dan AMIKOM Cipta Darma Surakarta) serta hasil penelitian Teuku Aliansyah, dkk (2012) yang

berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) empati (emphaty) terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

#### **6. Pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati terhadap kepuasan pengguna**

Terdapat pengaruh kehandalan, daya tanggap dan jaminan terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah, berdasarkan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $8,996 > 2,37$ ), sehingga indikator yang menggambarkan kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada Jasa Tour and Travel Arwaniyyah.

Teori user based approach menunjukkan bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas tinggi. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kalitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat menggunakan nilai pada kolom R. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi

antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar  $r = 0,674^a$ , hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati memiliki hubungan terhadap variabel terikat kepuasan pengguna (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang tinggi.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R square besarnya 0,454. Ini berarti variabel kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh kehandalan dan daya tanggap yang diturunkan dalam model sebesar 45,4%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) kepuasan pengguna sebesar 45,4%. Variasi kepuasan pengguna bisa dijelaskan oleh variasi dari kelima variabel independen, jadi sisanya sebesar ( $100\% - 45,4\% = 54,6\%$ ) kepuasan pengguna dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya kepercayaan, efektifitas komunikasi dan lainnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Herni Justiana pada tahun (2012) yang berjudul analisis kepuasan konsumen (SERVQUAL model dan Important Performance Analysis Model) serta hasil penelitian Teuku Aliansyah, dkk (2012) yang berjudul Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) keandalan (reliability) terbukti berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.