

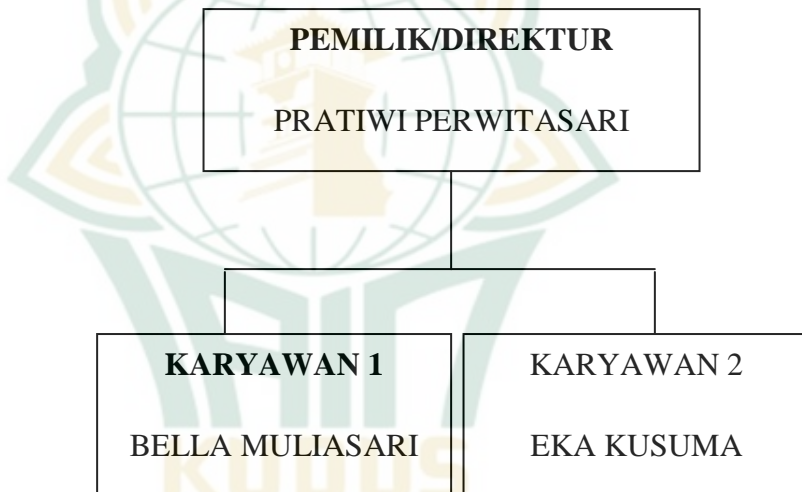
BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Jelita Fashion

Toko Jelita Fashion berdiri sejak bulan Maret 2016 di Kudus oleh pemiliknya yang bernama Pratiwi Perwitasari. Toko ini beralamatkan di Jalan Sunan Kudus No. 154, Kauman, Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Toko ini termasuk toko yang menyediakan fashion terkini khusus wanita, sasarannya seperti anak sekolah menengah atas, mahasiswa, dan juga inu rumah tangga. Dalam toko ada berbagai pilihan baju seperti gamis, kemeja, kaos, rok, celana dan juga ada tas fashion. Terdapat juga sofa untuk pembeli, ada 2 kamar ganti, ber ac, dan ada 1 toliet.

2. Struktur Organisasi Toko Jelita Fashion



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Jelita Fashion

3. Produk-produk Jelita Fashion Kudus

- a. Gamis syar'i
- b. Kemeja panjang
- c. Kemeja pendek
- d. Celana kulot
- e. Celana jeans
- f. Jumpsuit
- g. Rok panjang
- h. Rok pendek
- i. Outer / blazer
- j. Jaket jeans
- k. Jaket bahan

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Jelita Fashion Kudus. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang penulis temui saat penelitian berlangsung. Karakteristik responden yang diteliti dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin responden, usia responden, dan kelas responden. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan karakteristik responden dalam bentuk tabel sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Adapun mengenai jenis kelamin reponden pelanggan Toko Jelita Fashion Kudus, dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Reponden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Perempuan	50	5%
Jumlah	50	50

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 50 responden itu semua berjenis kelamin perempuan 50 orang (5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pelanggan perempuan.

2. Usia

Adapun data mengenai usia responden pelanggan Toko Jelita Fashion Kudus dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase (%)
19 tahun	10	1%
20 tahun	10	1%
21 tahun	30	3%
Jumlah	50	50%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa dari 50 responden yang memiliki usia 19 tahun adalah 10 orang (1%), usia 20 tahun adalah 10 orang (1%), usia 21 tahun adalah 30 orang (3%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berumur 21 tahun.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument, penulisan menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian validitas dan reliabilitas berdasarkan uji non responden sebanyak 30 orang. Dengan menggunakan bantuan alat oleh statistik SPSS 17.0. Diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel .4 Hasil Uji Validitas Responden

No. Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
X.1	0,665	Valid
X.2	0,916	Valid
X.3	0,924	Valid
X.4	0,893	Valid
X.5	0,715	Valid
X.6	0,889	Valid
X.7	0,944	Valid
X.8	0,923	Valid

Status: Data primer yang diolah, 2019.

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 $30-2=28$ dengan alpha 0,05 didapat dari r_{tabel} 0,3610. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 8 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Responden

No. Pernyataan	r_{hitung}	Keterangan
Y.1	0,589	Valid
Y.2	0,870	Valid
Y.3	0,836	Valid
Y.4	0,782	Valid

Y.5	0,829	Valid
Y.6	0,799	Valid

Status: Data primer yang diperoleh, 2019.

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 $30-2=28$ dengan α 0,05 didapat dari r_{tabel} 0,3610. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 8 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsisten suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Instrument suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliable* jika nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistic cronbach α (α) > 0,60. Dan jika *Cronbach alpha* ditemukan angka koefisien < 0,60 maka dikatakan tidak *reliable*. Untuk menguji reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analiss SPSS 17.0. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Responden

Variabel	<i>Reliability Coefficiens</i>	r-Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	8 item	0,951	<i>Reliable</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	6 item	0,877	<i>Reliable</i>

Status: Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60, dengan demikian variabel X dan variabel Y dapat dikatakan *reliable*.

D. Deskripsi Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Jelita Fashion Kudus adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Deslripsi Data Responden

Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STSS	%
X.1	24	24,0	53	53,0	20	20,0	3	3,0	0	0,0
X.2	29	29,0	45	45,0	22	22,0	3	3,0	1	1,0
X.3	28	28,0	48	48,0	20	20,0	2	2,0	2	2,0
X.4	36	36,0	44	44,0	17	17,0	2	2,0	1	1,0
X.5	28	28,0	53	53,0	16	16,0	3	3,0	0	0,0
X.6	29	29,0	43	43,0	24	24,0	3	3,0	1	1,0
X.7	19	19,0	61	61,0	15	15,0	3	3,0	2	2,0
X.8	21	21,0	39	39,0	36	36,0	1	1,0	3	3,0
Y.1	24	24,0	40	40,0	35	35,0	1	1,0	0	0,0
Y.2	25	25,0	48	48,0	24	24,0	2	2,0	1	1,0
Y.3	21	21,0	35	35,0	38	38,0	5	5,0	1	1,0
Y.4	7	7,0	43	43,0	37	37,0	13	13,0	0	0,0
Y.5	18	18,0	46	46,0	17	17,0	17	17,0	2	2,0
Y.6	28	28,0	53	53,0	18	18,0	1	1,0	0	0,0

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2019

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Dari hasil penelitian pernyataan pertama mengenai kualitas pelayanan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,0%), setuju sebanyak (53,0%), netral sebanyak (20,0%), tidak setuju sebanyak (3,0%). Dari pernyataan kedua, responden menjawab sangat setuju sebanyak (29,0%), setuju sebanyak (45,0%), netral sebanyak (22,0%), tidak setuju sebanyak (3,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (1,0%). Dari pernyataan ketiga, responden menjawab sangat setuju sebanyak (28,0%), setuju sebanyak (48,0%), netral sebanhak (20,0%), tidak setuju sebanyak (2,0%), sangan tidak setuju sekali sebanyak (2,0%). Dari pernyataan keempat, responden menjawab sangat setuju sebanyak (36,0%), setuju sebanyak

(44,0%), netral sebanyak (17,0%), tidak setuju sebanyak (2,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (1,0%). Dari pernyataan kelima, responden menjawab sangat setuju sebanyak (28,0%), setuju sebanyak (53,0%), netral sebanyak (16,0%), tidak setuju sebanyak (3,0%). Dari pernyataan keenam, responden menjawab sangat setuju sebanyak (29,0%), setuju sebanyak (43,0%), netral sebanyak (24,0%), tidak setuju sebanyak (3,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (1,0%). Dari pernyataan ketujuh, responden menjawab sangat setuju sebanyak (19,0%), setuju sebanyak (61,0%), netral sebanyak (15,0%), tidak setuju sebanyak (3,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (2,0%). Dari pernyataan kedelapan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (21,0%), setuju sebanyak (39,0%), netral sebanyak (36,0%), tidak setuju sebanyak (1,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (3,0%).

b. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari hasil penelitian pernyataan pertama, responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,0%), setuju sebanyak (40,0%), netral sebanyak (35,0%), tidak setuju sebanyak (1,0%). Dari pernyataan kedua, responden menjawab sangat setuju sebanyak (25,0%), setuju sebanyak (48,0%), netral sebanyak (24,0%), tidak setuju sebanyak (2,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (1,0%). Dari pernyataan ketiga, responden menjawab sangat setuju sebanyak (21,0%), setuju sebanyak (35,0%), netral sebanyak (38,0%), tidak setuju sebanyak (5,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (1,0%). Dari pernyataan keempat, responden menjawab sangat setuju sebanyak (7,0%), setuju sebanyak (43,0%), netral sebanyak (37,0%), tidak setuju sebanyak (13,0%). Dari pernyataan kelima, responden menjawab sangat setuju sebanyak (18,0%), setuju sebanyak (46,0%), netral sebanyak (17,0%), tidak setuju sebanyak (17,0%), sangat tidak setuju sekali sebanyak (2,0%). Dari pernyataan keenam, responden menjawab sangat setuju sebanyak (28,0%), setuju sebanyak (53,0%), netral sebanyak (18,0%), tidak setuju sebanyak (1,0%).

E. Uji Normalitas

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

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.88809852
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.055
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.138 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Data Primer yang Diolah, 2019.*

Untuk melihat hasil residu normal atau tidak dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnoc yang apabila $Sig > 0,05$, artinya data variabel dependen berasal dari distribusi normal dan sebaliknya. Berdasarkan data di atas, $0,078 > 0,05$ maka dapat dikatakan variabel terikat dan bebas berdistribusi normal.

F. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan analisis data agar hasil analisisnya nantinya efisien. Adapun criteria pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis

Uji	Hasil	Keterangan
Uji Regresi Sederhana	$a = 12,437$ $X = 0,321$	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
Uji R^2	$R^2 = 209$	Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan
Uji t	$t_{hitung} = 5,081$ $t_{tabel} = 1,98447$	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel independen yaitu faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan studi pada Jelita Fashion Kudus.

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Jelita Fashion Kudus, sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 12,437 + 0,321X$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Jelita Fashion Kudus. Dengan menggunakan tingkat signifikan α adalah 0,05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta akan sering disebut juga dengan intercept (titik potong X dan Y) mempunyai nilai sebesar 12,437 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka kepuasan pelanggan (Y) akan memperoleh nilai 12,437.
- b. Variabel kualitas Pelayanan (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,321. Artinya variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan pelanggan (Y), apabila variabel kualitas pelayanan (X) naik 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,321 dan apabila

variabel kualitas pelayanan (X) turun 1 satuan maka kepuasan pelanggan *online shop* (Y) akan menurun sebesar 0,321.

2. Uji Koefisien Determinan (R)

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 pelanggan, selanjutnya variabel independen atau bebas (X) adalah kualitas pelayanan. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat bahwa besarnya R^2 adalah 0,209. Hal ini berarti sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 20,9%. Jadi besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan online sebesar 20,9%.

3. Uji t

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan studi pada Jelita Fashion Kudus secara parsial digunakan uji t. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS. Pengujian Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan(X)

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha=0,05$ dan dengan derajat kebebasan $df (n-k-1) = 100-1-1=98$ diperoleh $t_{tabel} = 1,98447$. Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,081 > 1,98447$)

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga H_1 diterima yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan studi pada Jelita Fashion Kudus.

G. Pembahasan dan Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Jelita Fashion Kudus

Kualitas adalah tingkat baik buruknya atau taraf atau derajat sesuatu bisa berupa produk/barang dan jasa.

Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen menjadi tolok ukur keberhasilan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berhasil memasarkan

produk/jasanya kepada konsumen dengan pelayanan yang memuaskan mendapatkan brand yang baik dimata konsumen. Pelayanan yang dimaksud termasuk pelayanan yang sewaktu menawarkan produk/jasa.

Dari hasil penelitian ini membrikan bujti empiris bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online shop di Jelita Fashion Kudus adalah terbukti. Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik dari penjual akan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk loyal membeli produk online di Jelita. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti menggambarkan bahwa variabel empati (dimensi kualitas pelayanan) sudah baik dan bernilai lebih dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian oleh Dimas Sigit P dan Farah Oktafani S.E, M.M. mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa lapangan futsal yaitu berdasarkan hasil analisis kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) memperoleh rata-rata skor total kualitas pelayanan sebesar 61.78%. secara garis kontinum, hasil pengolahan data pada variabel ini tergolong dalam kategori “cukup baik”, yang berarti kualitas pelayanan yang diberikan oleh IFI Futsal terhadap pelanggan dinilai cukup baik. Menurut Tri Ulfa Wardani. Berdasarkan hasil penelitian bahwa ada satu variabel diantara lima variabel kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (Kehandalan) ada berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-JEK. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variabel *reliability* dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,752 lebih besar dari t_{tabel} 1,99 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Jadi dengan demikian H_2 diterima.

