

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA
PT. SURYA JAYA PERSADA MATARAM



OLEH:

MUHAMMAD RIDWAN HADI

21512A0040

KONSETRASI ENTERPRENEUR
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. SURYA JAYA
PERSADA MATARAM**

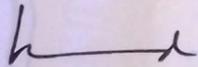
Skripsi Ini Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Pembimbing Untuk Diajukan
Ke Sidang Ujian Skripsi Pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 24 Januari 2020

Menyetujui :

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Pendamping



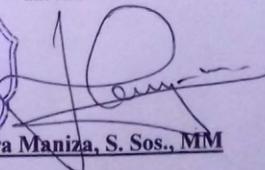
Dr.H.Ibrahim Abdullah SE., MM
NIDN: 0830125501

Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM
NIDN.0828108404

Mengetahui:

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua



Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM

NIDN.0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. SURYA JAYA
PERSADA MATARAM**

Oleh:

MUHAMMAD RIDWAN HADI
NIM. 21512A0040

Naskah Skripsi Ini Telah Diuji Dan Dipertahankan Dalam Sidang Ujian Yang
Diselenggarakan
Pada Tanggal, 24 Januari 2020

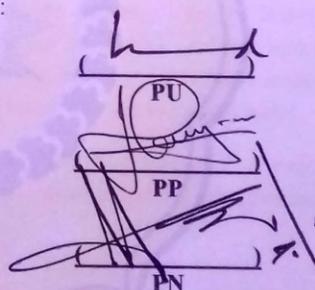
Dinyatakan Telah Dapat Diterimah Sebagai Salah Satu Syarat Ujian Memperoleh
Gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) Diprogram Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram

Tim Penguji :

1. **Dr.H.Ibrahim Abdullah, SE. MM**
NIDN.0830125501

2. **Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM**
NIDN.0828108404

3. **Dr. H. Muhammad Ali, M.Si**
NIDN.0806066801



Mengetahui:

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan,**



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN.0806066801

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ridwan Hadi
NIM : 21512A0040
Tempat/Tanggal Lahir : Aikmel, 31 Oktober 1996
Konsentrasi : Enterpreneur
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Instansi : Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan**

**Prima Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Surya Jaya
Persada Mataram**

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa srkripsi ini benar-benar karya saya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mataram, Januari 2020
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Ridwan Hadi
NIM. 21512A0040



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat

Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ridwan Hadi
 NIM : 21512A0040
 Tempat/Tgl Lahir : Aturel, 31 Oktober 1996
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIPOL)
 No. Hp/Email : 087 020 572 398, eddy.scooter@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan prima terhadap tingkat kepuasan Nasabah pada PT. Surya Jaya Pesada Mataram

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 3 Maret 2020



Muhammad Ridwan Hadi
NIM. 21512A0040

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos. M.A.
NIDN. 0802048904

RIWAYAT HIDUP



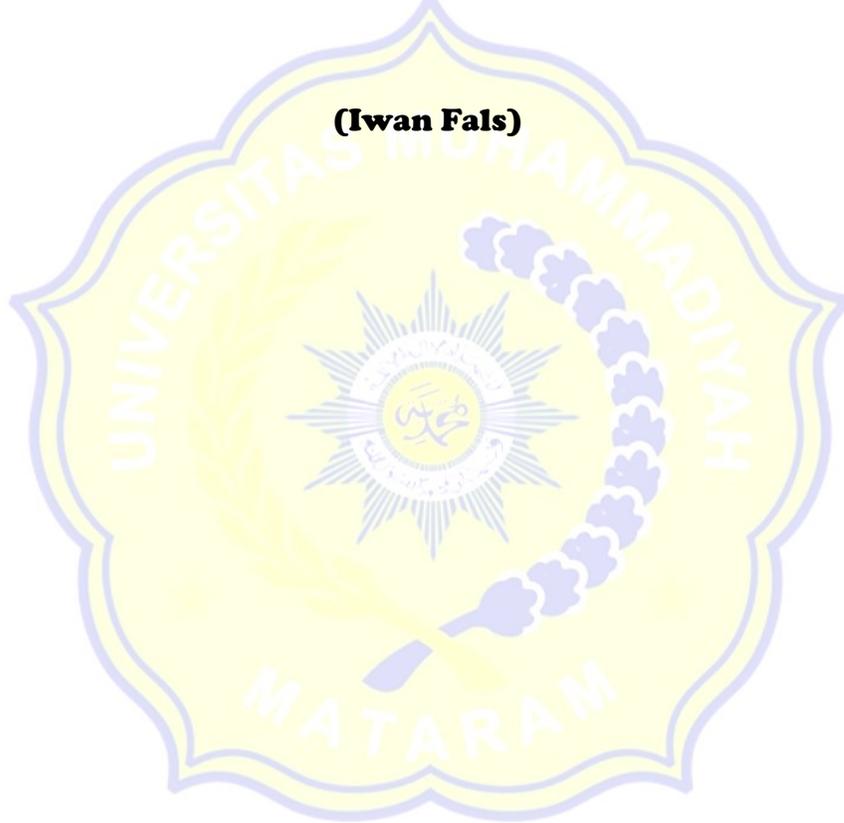
Penulis berasal dari Cepak Daya Kelurahan Aikmel Kecamatan Aikmel dan lahir di Aikmel pada tanggal 31 Oktober 1996, sebagai putra kedua dari dua bersaudara dari pasangan bapak Suparman (alm) dan ibu Hindun (alm) . penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1 Aikmel Kelurahan Aikmel Kecamatan Aikmel pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2008.

Penulis melanjutkan pendidikan sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Aikmel dan lulus pada tahun 2011 dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di SMKN 1 Selong lulus pada tahun 2014, dan pada tahun 2015 penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Swasta Dan Terdaftar Sebagai Mahasiswa Strata 1 (S1) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

MOTTO

**Bertahan Hidup Harus Bisa Bersikap Lembut
Walau Hati Panas Bahkan
Terbakar Sekalipun**

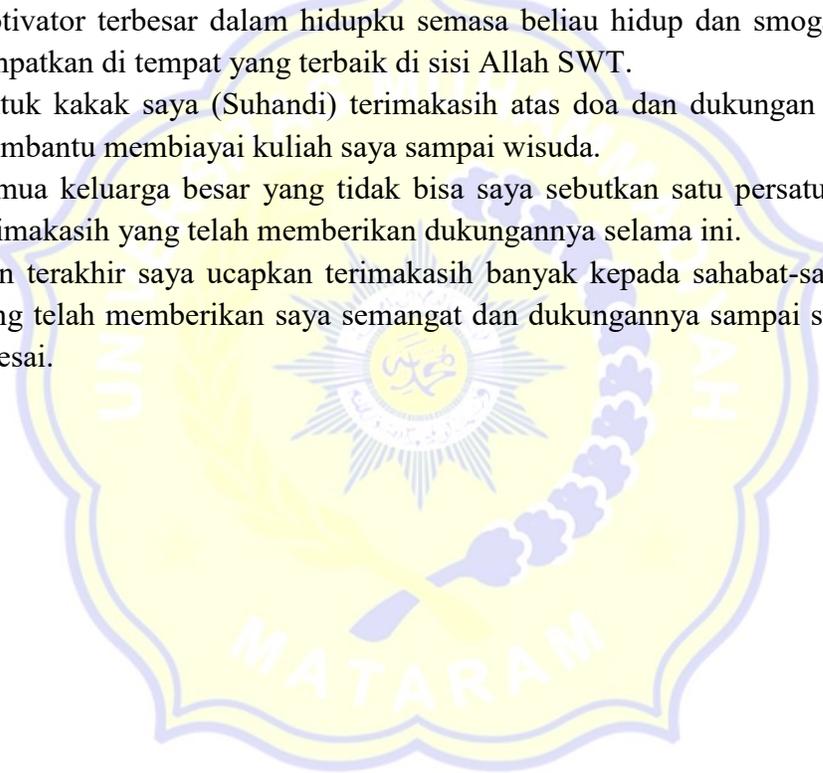
(Iwan Fals)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang kusayangi:

1. Yang utama dari segalanya, sembah sujud serta syukurku kepada Allah yang maha kuasa, berkat rahmat dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.
2. Teristimewa untuk kedua orang tua saya yang telah tiada yaitu Almarhum Bapak Suparman dan Almarhumah Ibu Hindun , terimakasih telah menjadi motivator terbesar dalam hidupku semasa beliau hidup dan smoga beliau di tempatkan di tempat yang terbaik di sisi Allah SWT.
3. Untuk kakak saya (Suhandi) terimakasih atas doa dan dukungan serta telah membantu membiayai kuliah saya sampai wisuda.
4. Semua keluarga besar yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya, terimakasih yang telah memberikan dukungannya selama ini.
5. Dan terakhir saya ucapkan terimakasih banyak kepada sahabat-sahabat saya yang telah memberikan saya semangat dan dukungannya sampai skripsi saya selesai.



KATA PENGANTAR

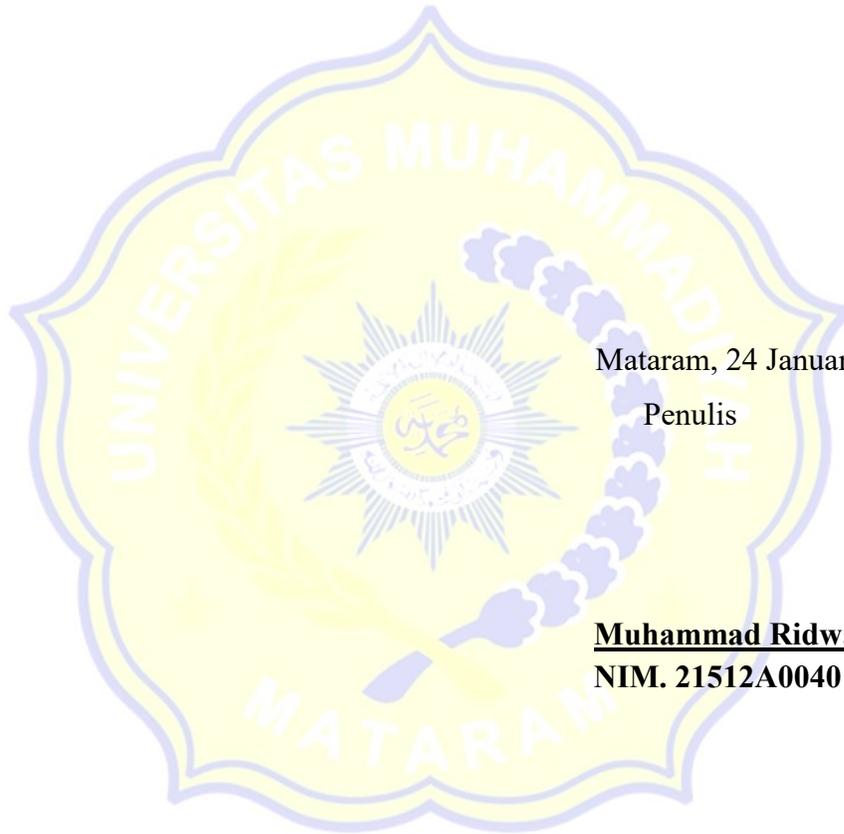
Alhamdulillah, Puji dan Sukur atas kekuatan yang diberikan Allah pada saya untuk bisa menyelesaikan amanah dan segala kewajiban saya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Surya Jaya Persada Mataram**” tepat pada waktunya. Tidak lupa pula shalawat serta salam penulis hantarkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan Skripsi ini tidak akan berjalan baik tanpa bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Drs. H. Arsyad Abd Gani, M. Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si selaku dekan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.
4. Bapak Dr.H.Ibrahim Abdullah SE, MM selaku dosen pembimbing (pertama) yang telah banyak memberikan waktu, perhatian dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Lalu Hendra Maniza,S.Sos,MM, selaku dosen pembimbing (dua), sekaligus Kaprodi Ilmu Administrasi bisnis yang telah memberikan waktu bimbingan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
6. Seluruh dosen dan karyawan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik um mataram yang telah mendukung setiap upaya pengembangan potensi akademik mahasiswanya.
7. Segenap manajemen PT. Surya Jaya Persada yang membantu menulis dan mengumpulkan data.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang membantu penulis dalam menyusun skripsi ini baik secara langsung dan tidak langsung.

semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapatkan imbalan disisi Allah SWT sebagai amal ibadah, amin. Penulis sebagai manusia tidak luput dari kesalahan, apabila terdapat kekurangan pada skripsi ini , baik segi penyajian isi maupun tata bahasa, maka penulis mengahrapkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun demi perbaikan selanjutnya.

Akhir kata penulis hanya dapat berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis pribadi dan basgi pembaca pada umumnya.



Mataram, 24 Januari 2020

Penulis

Muhammad Ridwan Hadi
NIM. 21512A0040

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Definisi kualitas, pelayanan, kualitas pelayanan	9
2.2.1 Definisi kualitas	9
2.2.2 Definisi pelayanan.....	11
2.2.3 Definisi kualitas pelayanan	11
2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
2.4 Pelayanan prima	15
2.5 Kepuasan pelanggan.....	16

2.5.1	Pengertian kepuasan pelanggan	16
2.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	17
2.6	Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	18
2.7	Kerangka berpikir.....	18
2.8	Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN		22
3.1	Metode Penelitian.....	22
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian	22
3.3	Populasi dan Sampel	22
3.3.1	Populasi.....	22
3.3.2	Sampel.....	23
3.4	Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1	Kuesioner	23
3.4.2	Wawancara.....	24
3.5	Data dan Sumber Data.....	24
3.5.1	Data primer	25
3.5.2	Data sekunder.....	25
3.6	Variabel Penelitian	25
3.6.1	Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	25
3.6.2	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	25
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7.1	Kualitas Pelayanan.....	25
3.8	Teknik Analisis Data.....	28
3.8.1	Uji instrument penelitian.....	28
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
3.8.3	Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah Berdirinya PT. Surya Jaya Persada	Error! Bookmark not defined.

4.1.2	Visi Dan Misi PT. Surya Jaya Persada.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Masing-Masing Instrumen	Error! Bookmark not defined.
	Bookmark not defined.	
4.3.1	Variabel Kualitas Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Variabel Kepuasan Nasabah	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Uji Instrument Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.5	Analisis Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.6	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Uji F (Uji Serempak).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.2	Uji T (Parsial).....	Error! Bookmark not defined.
4.6.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
4.7	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1	Hasil Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji F (Simultan)	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji t (parsial)	Error! Bookmark not defined.
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran-saran	Error! Bookmark not defined.
	DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
	Lampiran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Untuk Kualitas Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Untuk Kepuasan Nasabah.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9 : Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10 : Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11 : Hasil Uji T	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.12 : Hasil Uji Determinasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.15 Hasil Uji T	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....Error! Bookmark not defined.



Muhammad Ridwan Hadi. 2019. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Surya Jaya Persada Mataram.** Skripsi. Mataram. Universitas Muhammadiyah Mataram

Dosen pembimbing I : Dr.H.Ibrahim Abdullah, SE., MM

Dosen pembimbing II: Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah PT. surya jaya persada mataram dimana salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu bisnis properti dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan minat masyarakat untuk mendapatkan rumah yang murah diperusahaan tersebut. Untuk menumbuhkan minat masyarakat perlu memberikan kesan yang baik, yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada masyarakat yang telah menjadi anggota tersebut. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan prima mempunyai pengaruh yang positif terhadap tingkat kepuasan nasabah dan variabel apakah dari dimensi kualitas pelayanan prima yang paling dominan memengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Surya jaya persada. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menegetahui apakah kualitas pelayanan prima mempunyai pengaruh yang paling positif terhadap tingkat kepuasan nasabah dan menegetahui variabel apa dari dimensi kualitas pelayanan prima yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Surya Jaya Persada Mataram.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif . objek penelitian ini adalah nasabah PT. Surya Jaya Persada Mataram tahun 2016-2018. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengumpulan sampel dalam pengumpulan ini menggunakan *simple random sampling* dan besarnya sampel digunakan adalah delapan puluh dua orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji f dan uji t, serta koefisien determinasi (R²).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan persamaan regresi linier berganda dari lima dimensi tersebut diperoleh empat dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan antara tingkat kepuasan nasabah perusahaan yaitu bukti fisik, kehandalan, jaminan, empati.sedangkan untuk daya tanggap tidak berpengaruh secara signifikan . variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel jaminan. Dengan demikian PT. Surya Jaya Persada Mataram harus memepertahankan tingkat kualitas pelayanan pada dimensi jaminan dan sebaiknya pihak manajmen perusahaan perlu meningkatkan pelayanan pada variabel-variabel yang penilaian nasabah belum sesuai dengan yang diharapkan.

Kata kunci: kualitas pelayanan prima, kepuasan nasaabah, PT. Surya Jaya Persada.

Muhammad Ridwan Hadi. 2019. *The Effect of Excellent Service Quality on Customer Satisfaction Level in PT. Surya Jaya Persada Mataram*. Thesis. Mataram. Muhammadiyah University of Mataram.

First supervisor : Dr. H. Ibrahim Abdullah, SE., MM

Second supervisor : Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM

ABSTRACT

This research is motivated by the thought that one of the factors which can boost the market share of a property business and other services companies is the quality of service. Good quality service will foster the community interest to purchase the cheap homes in the company. It is necessary to show a good impression in order to foster the community interest, namely by providing good and quality service to the communities who have become members. The formulation of the problems in this study are 1) whether excellent service quality has a positive influence on the level of customer satisfaction, and 2) what variables from the dimensions of excellent service quality are the most dominant influencing customer satisfaction at PT Surya Jaya Persada. The purpose of this study is 1) to determine whether excellent service quality has a positive influence on the level of customer satisfaction, and 2) to investigate what variables from the dimensions of excellent service quality are the most dominant influencing customer satisfaction at PT Surya Jaya Persada Mataram.

This research is a quantitative research. The respondent of this research was the customers of PT. Surya Jaya Persada Mataram in 2016-2018. Data collection was carried out using a questionnaire. The number of samples studied was eighty-two people, selected through simple random sampling. The data analysis technique used is the validity and reliability test, including f test, t test, and the coefficient of determination (R²).

The results showed that based on the multiple linear regression equation of the five dimensions, there were four dimensions of service quality that significantly influence the level of company customer satisfaction, namely physical evidence, reliability, assurance, and empathy. On contrary, the responsiveness has no significant effect. The most dominant variable influencing customer's satisfaction is the guarantee variable. Thus, PT. Surya Jaya Persada Mataram should maintain the level of service quality in the dimension of assurance and also, the company management needs to improve service on variables that are considered not in accordance with what is expected by the customers.

Keywords: excellence service quality, customer satisfaction, PT. Surya Jaya Persada

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era bisnis properti saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001). Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Persaingan ini pada dasarnya bertujuan sama yaitu untuk meningkatkan penjualan yang menguntungkan dengan cara menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang

Menurut Tse and Wilton (1988) dalam Tjiptono (1999), kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Engel, Blackwell and Miniard, 1990 dalam Tjiptono, 1999). Model diskonfirmasi harapan yang dikembangkan oleh Oliver (1993) menyatakan bahwa kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan, yang merupakan perbandingan kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2004). Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan dibanding kompetitor-kompetitor yang ada.

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk suatu keperluan orang lain. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan lebih dapat partisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut (Jeni Raharji, 2015).

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas pelayanan dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL) (Dikembangkan oleh Leonard L. Berry, A. Parasuraman dan Zeithaml), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) (Kotler, 1997:53) berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. Hal itu juga terjadi di Perusahaan PT. SURYA JAYA PERSADA sebagai tempat penelitian ini, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan.

Perusahaan ini merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang property segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan rumah yang murah yang bersubsidi, oleh karena itu, pelayanan yang baik adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh pelanggan. Pelayanan menjadi hal wajib bagi pihak perusahaan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima. Untuk dapat memuaskan pelanggan secara maksimal dipilihlah pelayanan prima sebagai salah satu pelayanan terbaik.

Pelayanan prima merupakan salah satu sarana pelayanan yang terbaik dilakukan, karena dalam pelayanan prima terdapat lima variabel yakni *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati). Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. Surya Jaya Persada selalau berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan bila dilihat dari lima dimensi tersebut. PT. Surya Jaya Persada Mataram perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini sebagai bukti perhatian perusahaan terhadap kepuasan pelanggannya. Apabila harapan nasabah lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka nasabah tidak akan puas. Jika sarana pelayanan tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal, maka sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan akan tersampaikan dengan baik dan dapat memuaskan calon pelanggan. Hal ini dilakukan oleh adanya peningkatan penjualan sebesar 15% pertahunnya (2016-2018).

Table 1.1
Data Penjualan Rumah

Tahun	Rumah Yang Terjual	Presentase
2016	23 unit	} Naik 15 %
2017	27 unit	
2018	32 unit	} Naik 15 %

Sumber: PT. Surya Jaya Persada Mataram

Penerapan pelayanan prima pada perusahaan ini dimulai dari pendekatan yang dilakukan perusahaan dimulai dengan memperkenalkan diri dan menyapa calon konsumen dengan ramah, karena sikap pemasar yang sopan dan ramah merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Fasilitas pelayanan perumahan yang baik, kemudahan pembayaran, kemudian proses kredit dan pelayanan proses pembangunan rumah secara menyeluruh merupakan pertimbangan-pertimbangan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu perumahan. Sikap pemasar yang sopan dan ramah merupakan bentuk pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Apabila hasil atau kinerja tersebut sama atau melebihi, berarti konsumen merasakan puas.

Sebagai salah satu usaha untuk mempertahankan konsumen, PT. Surya Jaya persada Mataram harus memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan dan kecepatan perusahaan dalam memberikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat di ambil sebagai judul penelitian, yakni: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PRIMA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. SURYA JAYA PERSADA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada pemaparan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan prima berpengaruh positif secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Surya Jaya Persada ?
2. Apakah kualitas pelayanan prima berpengaruh positif secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Surya Jaya Persada ?
3. Variable apakah yang paling dominan dari lima dimensi kualitas pelayanan prima yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di perusahaan PT. Surya Jaya Persada ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan prima mempunyai pengaruh positif secara parsial terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT. Surya Jaya Persada
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan prima mempunyai pengaruh positif secara simultan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT. Surya Jaya Persada
3. Untuk mengetahui dimensi kualitas layanan (*service quality*) yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan PT. Surya Jaya Persada

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat pada perkembangan ilmu pengetahuan tentang administrasi secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Secara Teoritis

Menambah wawasan keilmuan bagi pembaca dan khususnya penyusun tentang manajemen kualitas pelayanan dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya bagi adek-adek mahasiswa atau mahasiswi yang ingin melakukan

penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Secara Praktis

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan pelanggan serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan masa mendatang. Hasil penelitian ini juga membantu pihak perusahaan apabila ingin meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menekankan pada dimensi-dimensi *service quality* yang signifikan berpengaruh pada kepuasan pelanggan pada PT. Surya Jaya Persada Mataram



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian terdahulu adalah penelusuran terhadap studi karya-karya terdahulu yang berdekatan atau berdekatan topiknya dengan penelitian yang sedang dilakukan untuk menghindari duplikasi, plagiasi, menjamin keaslian dan keabsahan penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan pengamatan dan pengetahuan peneliti bahwa peneliti dianggap terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

Table 2.1
Penelitian terdahulu

No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
1	Yusmi Zohrah (2017)	Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) Mataram.	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek yang diteliti antara Bank Syariah dengan Bisnis Properti, serta analisis data dan perbedaan lokasi penelitian,	Sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan prima dan kepuasan pelanggan serta metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri.
No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan	Hasil Penelitian
2	Riska Janwati (2017)	Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PD BPR NTB Lombok Barat	Perbedaan pada penelitian ini terletak variabel yang diteliti yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab.	Sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan prima dan kepuasan pelanggan serta metode yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Dari keenam variabel yakni kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab mempunyai pengaruh yang

Tabel 2.1 Lanjutan Penelitian Terdahulu

					positif dan Signfikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan terbukti kebenarannya dan dari keenam variabel yang telah diuji maka variabel yang paling dominan memepengaruhi kepuasan nasabah adalah perhatin. Hal ini disebabkan karena besarnya perhatian yang di berikan oleh karyawan kepada nasabah maka akan memeberikan kepuasan bagi nasabah penabung dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan tidak terbukti kebenarannya
No	Penulis	Judul	Perbedaan	Persamaan	Hasil penelitian
3	Muh.Yunus Bandu, (2013)	Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (persero) Rayon Makasar	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada metodologi peneletian dan teknik pengumpulan datanya, penelitan ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan wawancara dan	Sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan prima dan kepuasan pelanggan serta metode yang digunakana adalah metode kuantitatif.	hasil peneltian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas <i>Realibility (X1)</i> , <i>responsiveness (X2)</i> , <i>Assurance (X3)</i> , <i>emphaty (X4)</i> , <i>tangible (X5)</i> secara bersama sama

Tabel 2.1 Lanjutan Penelitian Terdahulu

			observasi sebagai teknik pengumpulan datanya.		memiliki pengaruh yang positif. Selain itu, dengan uji F dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau 0%.
--	--	--	---	--	--

Sumber: Penelitian Terdahulu Jurnal 2013-2017

Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan tersebut dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan Nasabah. Dimana dalam penelitian ini kinerja tersebut dibentuk oleh lima dimensi pelayanan yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati. Lima dimensi itu akan membentuk kinerja perusahaan yang akan dibandingkan dengan harapan konsumen, sehingga dengan terbentuknya kinerja perusahaan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2.2 Definisi kualitas, pelayanan, kualitas pelayanan

2.2.1 Definisi kualitas

Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaiannya dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan ,melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Tjiptono, 2004).

Menurut Buddy (1997) (dalam Wahyuningsih, 2002: 10), “kualitas suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa

yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit”. Sedangkan definisi menurut Kotler (1997: 49) adalah “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Dalam beberapa literatur “kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit”. (Buddy (1997) dalam Anis Wahyuningsih (2002:10) Sedangkan definisi kualitas menurut pendapat lain adalah “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. (lain Kotler (1997:49) Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Nurhasyimad (2010: 2) menyatakan bahwa pada dasarnya kualitas mengacu pada pengertian pokok yaitu kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk/jasa, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh terhadap produk /jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk/jasa juga harus di sesuaikan, dengan perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Crosby yang dikutip Zulian Yamit (2010: 7) menyatakan kualitas sebagai kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.

2.2.2 Definisi pelayanan

Pelayanan merupakan setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilihan sesuatu. Fandy Tjiptono (2005: 23) jasa (*service*) merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler yang dikutip Toni Wijaya (2011: 150) “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.

Pelayanan adalah aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (*Intangible*) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. (Ratminto dan Atik, 2005:2)

Dari beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa, pelayanan adalah aktifitas dua kemampuan (*Ability*) sebuah perusahaan dalam memberikan segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh pelanggan.

2.2.3 Definisi kualitas pelayanan

Feigenbaum (dalam Natution, 2004) yang dinyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk/jasa. Garvin dan Davis (dalam Natution, 2004), menyatakan kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Pelayanan juga diartikan dengan jasa. Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Sehingga, kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya (Jasfar, 2005).

Zeithamal dan Bitner (dalam Arief, 2007) mengemukakan arti kualitas jasa atau pelayanan merupakan menyampaikan jasa yang baik baik atau sangat baik, jika dibanding dengan ekspektasi pelanggan. Wyckof (dalam Arief, 2007), mengungkapkan bahwa pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman (dalam Arief, 2007), kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan akan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Berdasarkan definisi diatas, bias ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang atau penyelenggara jasa secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Parasuraman dan Zeithaml (dalam Kotler, 2007) yang dikenal dengan *service quality* (*SERVQUAL*) yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap) *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

2.3.1 Bukti langsung (*tangibles*)

Definisi bukti langsung yaitu "kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya". Rambat Lupiyoadi (2001:148) Bukti langsung adalah "bukti fisik dari jasa, bisa berupa fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa (misalnya, kartu kredit plastik)". Fandy Tjiptono (1996:70) Sedangkan Philip Kotler (1997:53) mengungkapkan bahwa bukti langsung adalah "fasilitas dan peralatan fisik serta penampilan karyawan yang professional."

2.3.2 Kehandalan (*reliability*)

Kehandalan menurut Lupiyoadi (2001: 148) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Kehandalan menurut Tjiptono (1996:69) adalah "mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*)". Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati". Secara definisi kehandalan dalam tjiptono (1997:14) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan.

2.3.3 Daya tanggap (*responsiveness*)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:148) daya tanggap adalah "suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan". Sedangkan menurut Fandy Tjiptono (1996:70) daya tanggap adalah "keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap".

2.3.4 Jaminan (*assurance*)

Definisi jaminan dalam Lupiyoadi (2001:148) yaitu "pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*)". Senada dengan pengertian di atas Fandy Tjiptono (1996:70) mendefinisikan jaminan adalah "mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan". Sedangkan menurut Philip Kotler (1997:53) jaminan adalah "pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan".

2.3.5 Empati (*empathy*)

Menurut Lupiyoadi (2001:148) menerangkan Empati adalah "memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan".

Menurut Tjiptono (1996:70) Empati adalah "kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan". Lebih singkat lagi didefinisikan empati adalah tingkat perhatian pribadi terhadap para pelanggan".

Dari keseluruhan teori tersebut rata-rata mengacu pada teori Kotler (1997:53) yang dikenal dengan dengan service quality (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap) *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

2.4 Pelayanan prima

Dalam perkembangan dunia jasa ini dikenal istilah pelayanan prima (*service excellance*). Istilah pelayanan prima, yang artinya adalah kepedulian kepada pelanggan dan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan. Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional.

Pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 6 unsur pokok, anatara lain: (Barata: 2004)

1. Kemampuan (*Ability*).
2. Sikap (*Attitude*).
3. Penampilan (*Appearance*).
4. Perhatian (*Attention*).
5. Tindakan (*Action*).
6. Tanggung jawab (*Accounttability*)

Pelayanan prima (*service excellence*) terdiri dari 4 unsur pokok, antara lain: (Tjiptono: 2008)

1. Kecepatan.
2. Ketepatan.
3. Keramahan.
4. Kenyamanan.

Manfaat pelayanan prima yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan rasa loyalitas nasabah
2. Meningkatkan pangsa pasar
3. Meningkatkan penjual dan laba
4. Meningkatkan reputasi perusahaan
5. Menghindari pertentangan

2.5 Kepuasan pelanggan

2.5.1 Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Seperti yang sudah dijelaskan, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2007).

Lukman dalam Pasolong (2010:144), menyatakan bahwa kepuasan sebagaimana tingkat persamaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) atau kenyataan yang dirasakan dengan harapannya. Sejalan pandangan, Gibson dkk (1987), *wexley* dan *yulk* (1988) dalam Pasolong (2010:144), yang dijelaskan bahwa kepuasan pada hakikatnya berkaitan dengan faktor kebutuhan seseorang (pelanggan). Artinya jika kebutuhan seseorang terpenuhi maka orang orang tersebut akan puas, demikian pula sebaliknya. Kemudian Tjiptono (1996:54) dalam Pasolong (2010:144), menambahkan bahwa

kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pada hakikatnya berkaitan dengan faktor kebutuhan seseorang (pelanggan) apabila kebutuhan seseorang terpenuhi maka orang tersebut akan puas.

2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Irawan (2003), terdapat lima faktor utama yang mendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas produk

Konsumen atau pelanggan akan merasa puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk, bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang digunakan merupakan produk yang bermutu.

2. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi dengan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggannya. Harga merupakan faktor yang paling penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor pembentuk kepuasan bagi pelanggan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan biasanya akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

4. Faktor emosional

Konsumen atau pelanggan akan merasa bangga dan mempunyai keyakinan bahwa orang lain akan merasa terhadapnya bila menggunakan produk dengan merk tertentu, sehingga akan mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

5. Biaya dan kemudahan

Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa merupakan faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.6 Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Dibidang pelayanan harus diingat selalu bahwa misi perusahaan adalah memberikan pelayanan terbaik agar tercapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari jumlah suatu barang atau jasa yang dikehendaki perusahaan pada suatu periode tertentu.

Dari pendapat yang dikatakan Juran (1998:17) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dilihat bila kualitas pelayanan yang telah diberikan dapat memenuhi keperluan pelanggan. Ada beberapa hal yang menunjukkan pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan yang lebih baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan mengurangi ketidakpuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan akan mengurangi kerja ulang dan pada akhirnya angka ketidakpuasan pelanggan dapat ditekan.
2. Bila kualitasn pelayanan menunjukkan kepuasan yang tinggi, maka akan terjadi penekanan biaya pada titik yang terendah dan akan menjadikan pelanggan mengurangi biaya yang dikeluarkan. Faktor-faktor yang rendah menjadikan salah satu penentu kepuasan pelanggan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi dan upaya peningkatan kualitas pelayanan harus terus dilakukan menuju tingkat yang lebih tinggi lagi.

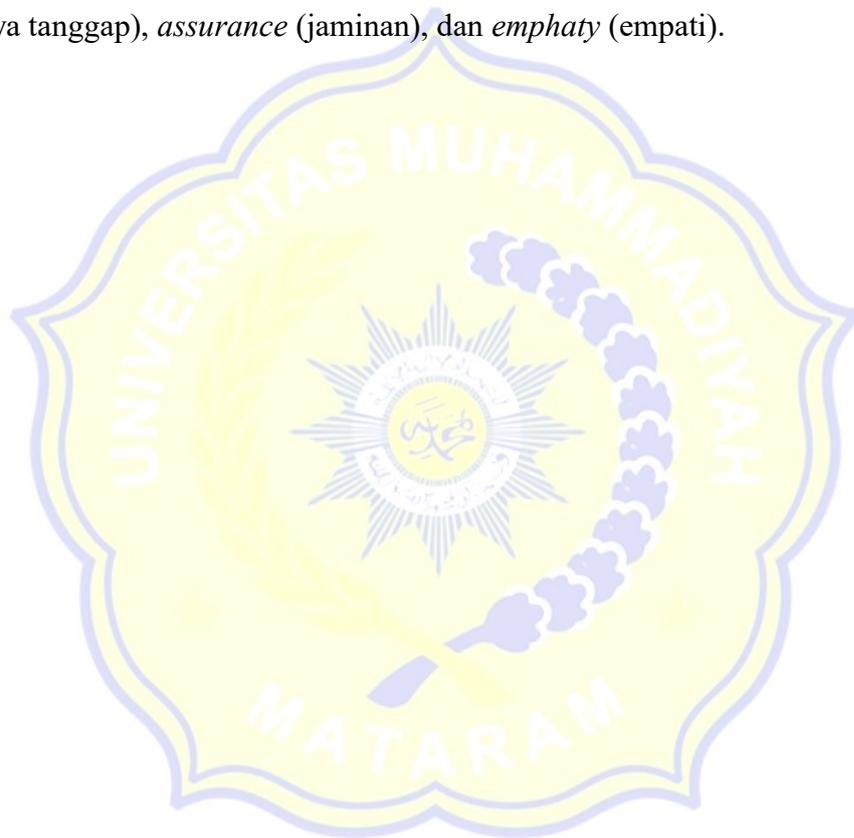
Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat karena penilaian dari kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang dapat pada dasarnya mencangkup harapan dan hasil yang dirasakan.

2.7 Kerangka berpikir

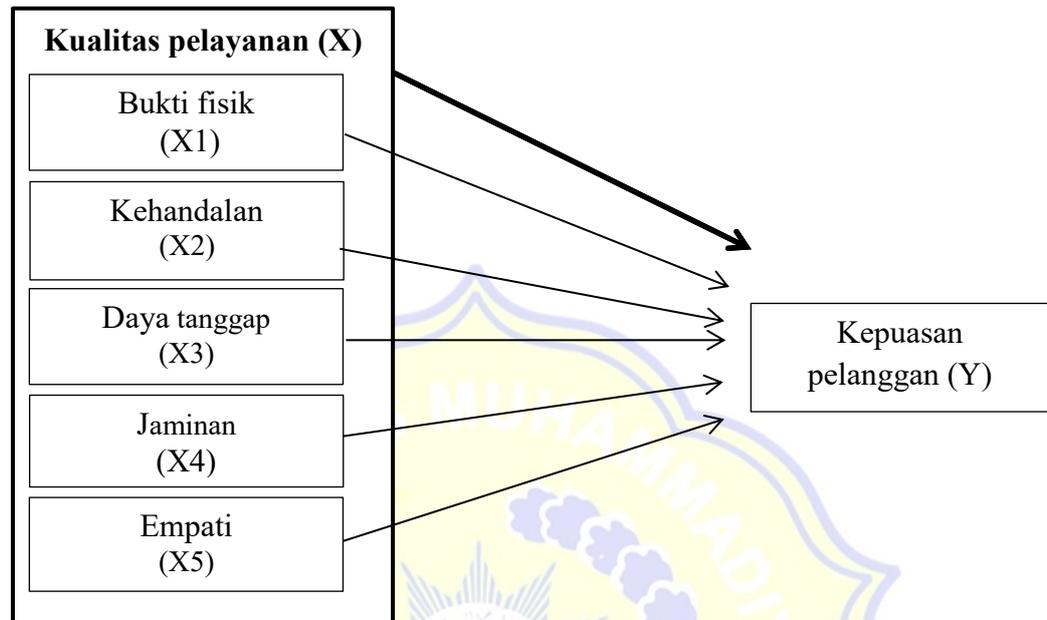
Menurut Sugiono (2013:65) bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang

telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Serta menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.

Pengukuran kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan maka perusahaan harus menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Kotler (1997) menentukan lima dimensi kualitas pelayanan meliputi: *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).



Gambar 2.1
Kerangka berpikir



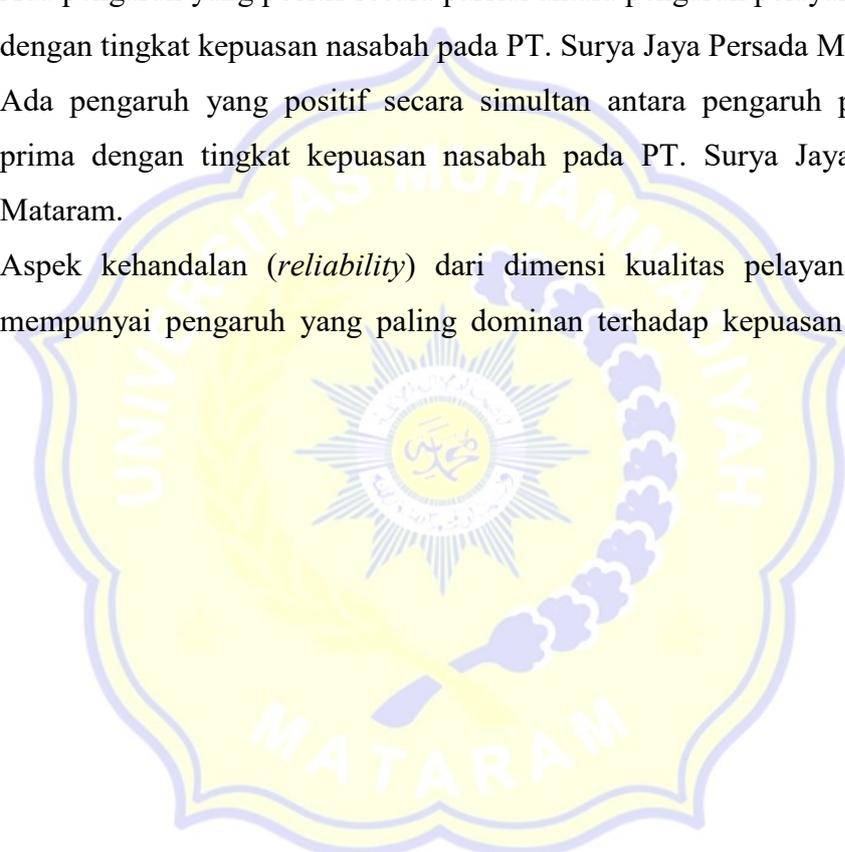
Keterangan :

-  = pengaruh secara parsial
-  = pengaruh secara simultan

2.8 Hipotesis

Menurut pola umum metode ilmiah, setiap penelitian terhadap suatu objek hendaknya dibawah tuntunan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya didalam kenyataan (*empirical verification*), percobaan (*experimentation*) atau praktek (*implementation*). Atas dasar pokok masalah dan tujuan pembahasan dalam skripsi ini, maka hipotesis yang dikemukakan adalah:

1. Ada pengaruh yang positif secara parsial antara pengaruh pelayanan prima dengan tingkat kepuasan nasabah pada PT. Surya Jaya Persada Mataram.
2. Ada pengaruh yang positif secara simultan antara pengaruh pelayanan prima dengan tingkat kepuasan nasabah pada PT. Surya Jaya Persada Mataram.
3. Aspek kehandalan (*reliability*) dari dimensi kualitas pelayanan prima mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap tingkat kepuasan nasabah sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiono (2013) yang dimaksud dengan metode kuantitatif yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Hal yang mendasari peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif tidak terlepas dari tujuan peneliti yang ingin mengetahui secara langsung pengaruh kualitas pelayanan prima terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. Surya Jaya Persada Mataram.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun tempat dan waktu penelitian ini dilakukan di PT. Surya Jaya Persada yang beralamat di Jalan Dakota komplek Ruko No.15 Mataram penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2020 sampai selesai

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 108) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian sehubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian. Menurut (Sugiono, 2008) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada di PT. Surya Jaya Persada dari tahun 2016-2018.

3.3.2 Sampel

Sukandar Rumidi (2006: 50) sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat – sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data. Sugiyono (2011: 91) mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*.

Menurut Sugiyono (2006: 60) “insidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel”. Cara pengambilan sampel dengan *insidental sampling* dimana semua nasabah yang datang di PT. Surya Jaya Persada dalam kurun waktu tertentu semuanya adalah sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah PT. Surya Jaya Persada dari tahun 2016-2018 yaitu sebanyak 82 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam memperoleh informasi penelitian yaitu dengan:

3.4.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013: 137) Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu dengan menggunakan angket tertutup yang berupa pernyataan tertulis, yang diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya. Angket dalam penelitian ini berbentuk *rating scale*, berupa butir pernyataan – pernyataan yang diikuti oleh kolom – kolom yang

menunjukkan tingkatan: Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Tidak Puas (TP), Sangat Tidak Puas (STP). Pada setiap pernyataan yang dijawab oleh responden memiliki nilai yang terdapat dalam tabel di bawah ini :

Nilai Butir Pernyataan

Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal
Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

3.4.2 Wawancara

penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai beberapa responden tentang bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Surya Jaya Persada secara langsung berdasarkan dimensi kualitas pelayanan.

3.5 Data dan Sumber Data

Menurut kuncoro dalam tologana dan kalalo (2013) data adalah keterangan mengenai sesuatu yang diperoleh dalam satu penelitian untuk menjelaskan, menerangkan, dan memecahkan masalah-masalah sesuai dengan konteks judul yang diambil dengan maksud dan tujuan. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.5.1 Data primer

Menurut Umar (2004) data primer yaitu data yang didapat dari sumber pertama secara individu atau perseorangan dari hasil wawancara atau hasil kuesioner. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui angket kuesioner observasi dan wawancara kepada beberapa responden (nasabah) PT. Surya Jaya Persada.

3.5.2 Data sekunder

Supomo (2002 : 47) menyatakan bahwa data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data ini dari sejumlah buku, contoh penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini dan diperoleh melalui pengumpulan data.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas adalah suatu variabel yang mempengaruhi variabel lain, variabel bebas dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan yaitu (Keandalan, Daya Tangkap, Jaminan, Bukti Fisik, Empati).

3.6.2 Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang diukur untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lain. Variabel terikat dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Kualitas Pelayanan

Garvin dan Davis (dalam Nasution, 2004), menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Pelayanan juga diartikan dengan jasa. Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karna penilaian kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas produk, terutama sifatnya yang tidak nyata (*intangible*) dan produksi serta konsumsi berjalan secara simultan. Sehingga kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang dikonsumsi atau dirasakannya (Jasfar, 2005)

Adapun indikator dalam kualitas pelayanan adalah keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangibles*), dan empati (Nasution, 2004: 56).

1. Keandalan (*Reliabilitas*)

Keandalan dimana seorang karyawan mampu memberikan pelayanan yang paling baik kepada konsumen maupun kepada pelanggannya sehingga konsumen merasa nyaman.

Keandalan (*Reliability*) meliputi prestasi yang konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan (Kotler, 2003: 455).

Dalam variabel reliabilitas ini dapat diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan.
- b. Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan.
- c. Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.

2. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Menurut (Kotler, 2003: 455) data tanggap (*responsiveness*) berkaitan dengan kerelaan atau kesediaan para karyawan PT. Surya Jaya Persada untuk melayani pelanggan. Variabel *Responsiveness* akan diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Respon petugas pelayanan terhadap keluhan pelanggan.
- b. Respon petugas pelayanan terhadap saran pelanggan.
- c. Respon petugas pelayanan terhadap kritikan pelanggan.

3. Jaminan (*Assurance*)

Menurut (Kotler, 2003: 455), jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap perjanjian yang telah dikemukakan kepada pelanggan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain:

- a. Komunikasi (*communication*) yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan komplain dari para pelanggan.
- b. Kredibilitas (*credibility*), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, believability atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
- c. Keamanan (*security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.
- d. Kompetensi (*competence*) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
- e. Sopan santun (*courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

4. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Hal yang dapat dilihat dari (*tangible*) meliputi tanda - tanda atau petunjuk - petunjuk fisik (*physical evidence*) dari pelanggan (Kotler, 2003: 455). Variable tangible akan diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Kondisi fisik atau fasilitas PT. Surya Jaya Persada.
 - b. Kenyamanan ruangan.
 - c. Cara berpakaian karyawan PT. Surya Jaya Persada.
5. Empati (*Empathy*)

Menurut (Kotler, 2003: 455) empati merupakan kesediaan karyawan untuk lebih peduli dengan memberikan perhatian dan memahami kebutuhan para nasabah. Variabel empati akan diukur melalui indikator sebagai berikut :

- a. Perhatian petugas pelayanan.
- b. Kepedulian petugas pelayanan.
- c. Keramahan petugas pelayanan.

3.8 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan adalah valid dan reliable, maka untuk itu penulis juga melakukan uji ini untuk instrument penelitian (kuesioner).

3.8.1 Uji instrument penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang diteliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keabsahan jawaban responden dalam kuesioner, dimana dalam pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasi item pertanyaan dengan total skor. Dalam penentuan keabsahan (valid) jawaban responden atas kuesioner, maka syarat

minimum dikatakan suatu butir pertanyaan valid, apabila nilai r -hitung $> r$ -kritis atau $r > 0,30$ (sugiyono, 2008: 126).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas adalah uji sikap instrument/kuesioner penelitian dalam mengukur variabel yang akan diteliti. Nilai reliabilitas ditunjukkan dengan nilai *cronbach's alpha*. Instrument angket dianggap reliabilitas jika mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 (siregar, 2013). Pada penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program data SPSS.

3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis statistik digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah pada PT. SURYA JAYA PERSADA MATARAM. Analisis regresi berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

Keterangan:

Y	=kepuasan nasabah	X2	= <i>reliability</i>
a	=konstanta	X3	= <i>responsivness</i>
b	=koefisien	X4	= <i>assurance</i>
X1	= <i>tangible</i>	X5	= <i>emphaty</i>
		e	= <i>error</i>

Teknik analisis yang digunakan sesuai model diatas adalah regresi linear berganda dimana nilai dari variabel dependen (kepuasan nasabah) dapat diperoleh dari hasil survey yang diperhitungkannya akan digunakan skala Likert. Menurut Rangkuti (2005), skala Likert yaitu jawaban tidak hanya sekedar setuju dan tidak setuju saja sehingga dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban. Dalam penelitian ada 5 jawaban untuk satu pertanyaan dengan skor nilai yaitu (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) cukup setuju, (2) tidak setuju, dan (1) sangat tidak setuju. Responden kemudian diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran data original dengan bobot sampai 5 dengan tabel sebagai berikut:

Table 3.1
Skala Likert 5 point

BOBOT	KATEGORI
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak setuju

1	Sangat tidak setuju
---	---------------------

3.8.3 Uji Hipotesis

Sehubungan dengan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan analisis sebagai berikut:

1. Uji f (Uji Serempak)

Uji ini digunakan mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka dapat dikatakan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Untuk lebih mudahnya dapat dengan melihat probabilitas dan membandingkannya dengan taraf kesalahan (α) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Jika probabilitasnya $<$ taraf kesalahan, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak, begitu pula sebaliknya.

2. Uji t (uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dikatakan signifikan, yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikatnya. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat dikatakan tidak signifikan.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel bebas (X) memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Y) dari persamaan regresi yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol sampai satu. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu, berarti indikator yang digunakan menunjukkan semakin kuat pengaruh perubahan variabel-variabel X terhadap perubahan variabel Y. sebaliknya, apabila koefisien determinasi (R^2) semakin kecil atau mendekati nol maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

