

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Alfamart merupakan pasar modern yang telah berkembang di negara Indonesia khususnya di kota Banjarmasin propinsi Kalimantan Selatan yang saya teliti. Pertumbuhan penduduk dari tahun ke tahun semakin meningkat, otomatis permintaan masyarakat akan semakin tinggi terhadap penawaran (barang/jasa). Oleh karena itu peran *Alfamart* adalah memudahkan konsumen untuk berbelanja dengan sarana yang menjadi nilai tambah bagi konsumennya.

Alfamart bisa disebut sebagaipenyalur/distributor yang produknya ditujukan untuk kepentingan umum, menyediakan berbagai produk-produkdemi memenuhi kebutuhan/permintaan para konsumen. Adapun Visi dan Misi *Alfamart* sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi jaringan distribusi terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

b. Misi

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.

2. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tertinggi.
3. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan mengembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.²⁵

B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para konsumen *mini market* Alfamart di Banjarmasin yang menjadi responden. Kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden yang dimaksud meliputi:

1. Umur Responden

Tabel 4.1
Karakteristik Responden berdasarkan Umur

No.	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase %
1.	< 20 – 25 tahun	39	52%
2.	26 – 39 tahun	28	37,3%
3.	> 40 tahun	8	10,7%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

²⁵<https://sites.google.com/site/alfamartejip/2-visi-misi> di akses tanggal 18 Desember 2014 jam 10.15 AM WITA

Karakteristik responden berdasarkan umur dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu usia <20 - 25 tahun, 26 – 39 tahun, dan > 40 tahun. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa proporsi terbanyak responden adalah pada kelompok umur 20 – 25 tahun yaitu sebesar 52%, kemudian kelompok umur 26 – 39 tahun sebesar 37,3%, dan diatas umur 40 tahun merupakan proporsi terkecil yaitu hanya 10,7%.

2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1.	Laki-laki	55	70%
2.	Perempuan	20	30%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 70% dan perempuan sebanyak 30%.

3. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
1.	Mahasiswa	39	52%
2.	Wiraswasta	26	34,67%
3.	PNS	3	4%
4.	Lainnya	7	9,33%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa responden dengan status mahasiswa memiliki proporsi paling banyak yaitu 52%, kemudian disusul wiraswasta sebesar 34,67%. Penulis menemukan beberapa responden dengan jenis pekerjaan yang

lain yaitu sebesar 9,33%. Responden dengan status PNS memiliki proporsi paling sedikit, yaitu 4%.

C. Analisis Deskripsi Variabel

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Reliability*/kehandalan (X_1)

a. Kesigapan karyawan

Tabel 4.4
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak setuju	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	1	1,3%
3.	Netral	19	25,3%
4.	Setuju	45	60,0%
5.	Sangat Setuju	9	12,0%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data diatas dapat diketahui proporsi paling banyak, yaitu 60,0%, kemudian jawaban netral sebanyak 25,3%, yang sangat setuju hanya 12,0%, yang paling sedikit tidak setuju 1,3% dan sangat tidak setuju 1,3%.

b. Merespon konsumen

Tabel 4.5
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	7	9,3%
3.	Netral	13	17,3%
4.	Setuju	45	60,0%
5.	Sangat Setuju	9	12,0%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data di atas dapat diketahui proporsi paling banyak, yaitu setuju 60,0%, kemudian jawaban netral sebanyak 17,3%, yang sangat setuju 12,0%, yang tidak setuju 9,3% dan sangat tidak setuju 1,3%.

c. Sopan santun karyawan

Tabel 4.6
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2,7%
2.	Tidak Setuju	4	5,3%
3.	Netral	25	33,3%
4.	Setuju	40	53,3%
5.	Sangat Setuju	4	5,3%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari di atas dapat diketahui proporsi paling banyak, yaitu setuju 53,3%, kemudian jawaban netral sebanyak 33,3%, yang sangat setuju 5,3%, yang tidak setuju 5,3% dan sangat tidak setuju 2,7%. Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *reliability*/kehandalan (X_1):

Tabel 4.7
Jumlah dan Persentase Jawaban responden terhadap variabel
reliability/kehandalan (X₁)

no	Indikator	Alternatif jawaban										total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%		
1	Kesigapan karyawan	1	1,3	1	1,3	19	25,3	45	60,0	9	12,0	75	100
2	Merespon konsumen	1	1,3	7	9,3	13	17,3	45	60,0	9	12,0	75	100
3	Sopan santun karyawan	2	2,7	4	5,3	25	33,3	40	53,3	4	5,3	75	100

Sumber: Hasil penelitian berdasarkan kuesioner (2014)

2. *Responsiveness/ketanggapan(X₂)*

a. Menangani permintaan konsumen

Tabel 4.8
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	4	5,3%
3.	Netral	16	21,3%
4.	Setuju	42	56,0%
5.	Sangat Setuju	12	16,0%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data diatas menunjukkan bahwa jawaban yang mempunyai proporsi paling banyak adalah jawaban setuju, yaitu sebesar 56,0%. Kemudian disusul jawaban netral sebesar 21,3%, sangat setuju 16,0%, tidak setuju 5,3% dan sangat tidak setuju 1,3%.

b. Tanggung jawab karyawan

Tabel 4.9
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	4	5,3%
3.	Netral	19	25,3%
4.	Setuju	41	54,7%
5.	Sangat Setuju	10	13,3%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data di atas dapat diketahui proporsi paling banyak, yaitu setuju 54,7%, kemudian jawaban netral sebanyak 25,3%, yang sangat setuju 13,3%, yang tidak setuju 5,3% dan sangat tidak setuju 0%.

c. Kecepatan transaksi

Tabel 4.10
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	6	8,0%
3.	Netral	25	33,3%
4.	Setuju	31	41,3%
5.	Sangat Setuju	12	16,0%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data di atas dapat diketahui proporsi paling banyak, yaitu setuju 41,3%, kemudian jawaban netral sebanyak 33,3%, yang sangat setuju 16,0%, yang tidak setuju 8,0% dan sangat tidak setuju 1,3%. Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *responsiveness*/ketanggapan (X_2):

Tabel 4.11
Jumlah dan Persentase Jawaban responden terhadap variabel
responsiveness/ketanggapan(X₂)

no	Indikator	Alternatif jawaban										total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%		
1	Menangani permintaan konsumen	1	1,3	4	5,3	16	21,3	42	56,0	12	16,0	75	100
2	Tanggung jawab karyawan	0	0	4	5,3	19	25,3	41	54,7	10	13,3	75	100
3	Kecepatan transaksi	1	1,3	6	8,0	25	33,3	31	41,3	12	16,0	75	100

Sumber: Hasil penelitian berdasarkan kuesioner (2014)

3. Assurance/jaminan (X₃)

a. Keamanan

Tabel 4.12
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2,7%
3.	Netral	15	20,0%
4.	Setuju	31	41,3%
5.	Sangat Setuju	27	36,0%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui proporsi paling banyak, yaitu setuju 41,3%, kemudian jawaban netral sebanyak 20,0%, yang sangat setuju 36,0%, yang tidak setuju 2,7% dan sangat tidak setuju 0%.

b. Menyenangkan dalam melayani konsumen

Tabel 4.13
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2,7%
2.	Tidak Setuju	1	1,3%
3.	Netral	9	12,0%
4.	Setuju	40	53,3%
5.	Sangat Setuju	23	30,7%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui proporsi paling banyak, yaitu setuju 53,3%, kemudian jawaban yang sangat setuju 30,7%, netral sebanyak 12,0%, yang tidak setuju 1,3% dan sangat tidak setuju 2,7%.

c. Komunikasi yang efektif

Tabel 4.14
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	5	6,7%
3.	Netral	12	16,0%
4.	Setuju	41	54,7%
5.	Sangat Setuju	17	22,7%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data diatas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dalam hal komunikasi, yaitu sebesar 53,3%, sangat setuju 22,7%, netral 16,0%, tidak setuju 6,7% dan sangat tidak setuju 0%. Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *assurance/jaminan*(X_3):

Tabel 4.15
Jumlah dan Persentase Jawaban responden terhadap variabel
assurance/jaminan(X₃)

no	Indikator	Alternatif jawaban										total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%		
1	Keamanan	0	0	2	2,7	15	20,0	31	41,3	27	36,0	75	100
2	Menyenangkan dalam melayani konsumen	2	2,7	1	1,3	9	12,0	40	53,3	23	30,7	75	100
3	Komunikasi yang efektif	0	0	5	6,7	12	16,0	41	54,7	17	22,7	75	100

Sumber: Hasil penelitian berdasarkan kuesioner (2014)

4. *Empathy*/empati (X₄)

a. Keramahan karyawan

Tabel 4.16
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	2	2,7%
3.	Netral	18	24,0%
4.	Setuju	34	57,3%
5.	Sangat Setuju	11	14,7%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dalam hal keramahan karyawan, jawaban setuju menjadi jawaban dengan proporsi paling banyak, yaitu sebesar 57,3%. netral 24,0%, sangat setuju 14,7%, tidak setuju 2,7% dan sangat tidak setuju 1,3%.

b. Karyawan memberikan perhatian

Tabel 4.17
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	4	5,3%
3.	Netral	37	49,3%
4.	Setuju	30	40,0%
5.	Sangat Setuju	4	5,3%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Responden yang menjawab netral memiliki proporsi paling banyak, yaitu netral sebesar 49,0%, setuju 40,0%, sangat setuju 5,3%, tidak setuju 5,3% dan sangat tidak setuju 0%.

c. Kepedulian karyawan

Tabel 4.18
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	8	10,7%
3.	Netral	17	22,7%
4.	Setuju	32	42,7%
5.	Sangat Setuju	18	24,0%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Responden yang menjawab setuju memiliki proporsi paling banyak, yaitu sebesar 42,7%, sangat setuju 24,0%, netral 22,7%, tidak setuju 10,7% dan sangat tidak setuju 0%. Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *empathy/empati* (X_4):

Tabel 4.19Jumlah dan Persentase Jawaban responden terhadap variabel *empathy/empati*(X₄)

no	Indikator	Alternatif jawaban										total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%		
1	Keramahan karyawan	1	1,3	2	2,7	18	24,0	34	57,3	11	14,7	75	100
2	Karyawan memberikan perhatian	0	0	4	5,3	37	49,3	30	40,0	4	5,3	75	100
3	Kepedulian karyawan	0	0	8	10,7	17	22,7	32	42,7	18	24,0	75	100

Sumber: Hasil penelitian berdasarkan kuesioner (2014)

5. *Tangible*/tampilan fisik (X₅)

a. Sarana

Tabel 4.20

Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	4,0%
3.	Netral	23	30,7%
4.	Setuju	40	53,3%
5.	Sangat Setuju	9	12%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dalam hal sarana responden yang menjawab setuju memiliki proporsi paling banyak, yaitu sebesar 53,3%, netral 30,7%, sangat setuju 12%, tidak setuju 4,0% dan sangat tidak setuju 0%.

b. Seragam

Tabel 4.21
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1,3%
3.	Netral	16	21,3%
4.	Setuju	50	66,7%
5.	Sangat Setuju	8	10,7%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Sebanyak 66,7% responden menjawab setuju bahwa karyawan menggunakan seragam yang sama, netral 21,3%, sangat setuju 10,7%, tidak setuju 1,3% dan sangat tidak setuju 0%.

c. Menyajikan tatanan produk tersusun rapi

Tabel 4.22
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3%
2.	Tidak Setuju	2	2,7%
3.	Netral	23	30,7%
4.	Setuju	34	45,3%
5.	Sangat Setuju	15	20,0%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Sebanyak 45,3% responden menjawab setuju bahwa karyawan menyajikan tatanan produk tersusun rapi, netral 30,7%, sangat setuju 20,0%, tidak setuju 2,7% dan sangat tidak setuju 1,3%. Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel *tangible*/tampilan fisik (X_5):

Tabel 4.23
Jumlah dan Persentase Jawaban responden terhadap variabel *tangible*/tampilan fisik (X_5)

no	Indikator	Alternatif jawaban										Total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1	Sarana	0	0	3	4,0	23	30,7	40	53,3	9	12	75	100
2	Seragam	0	0	1	1,3	16	21,3	50	66,7	8	10,7	75	100
3	Menyajikan tatanan produk tersusun rapi	1	1,3	2	2,7	23	30,7	34	45,3	15	20,0	75	100

Sumber: Hasil penelitian berdasarkan kuesioner (2014)

6. Kepuasan konsumen (Y)

a. Tingkat Harga

Tabel 4.24
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2,7%
2.	Tidak Setuju	11	14,7%
3.	Netral	25	33,3%
4.	Setuju	32	42,7%
5.	Sangat Setuju	5	6,7%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Jawaban setuju menjadi jawaban dengan proporsi paling banyak dalam hal harga yang tersedia, yaitu sebesar 42,7%, netral 33,3%, tidak setuju 14,7%, sangat setuju 6,7% dan sangat tidak setuju 2,7%.

b. Kenyamanan Pelayanan

Tabel 4.25
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2,7%
2.	Tidak Setuju	3	4,0%
3.	Netral	34	45,3%
4.	Setuju	29	38,7%
5.	Sangat Setuju	7	9,3%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dalam hal pelayanan, sebanyak 45,3% responden menjawab netral. Setuju 38,7%, sangat setuju 9,3%, tidak setuju 4,0% dan sangat tidak setuju 2,7%.

c. Kelengkapan Produk

Tabel 4.26
Jawaban responden

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	3	4,0%
2.	Tidak Setuju	6	8,0%
3.	Netral	30	40,0%
4.	Setuju	26	34,7%
5.	Sangat Setuju	10	13,3%
	Total	75	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan data diatas yang menunjukkan bahwa jawaban netral menjadi jawaban dengan proporsi paling banyak, yaitu sebesar 40,0%. Setuju 34,7%, sangat setuju 13,3%, tidak setuju 8,0%, sangat tidak setuju 4,0%. Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel kepuasan konsumen (Y):

Tabel 4.27
Jumlah dan Persentase Jawaban responden terhadap variabel
kepuasan konsumen (Y)

no	Indikator	Alternatif jawaban										Total	%
		Sangat tidak setuju		Tidak setuju		Netral		Setuju		Sangat setuju			
		Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1	Tingkat Harga	2	2,7	11	11	25	33,3	32	42,7	5	6,7	75	100
2	Kenyamanan Pelayanan	2	2,7	3	4,0	34	45,3	29	38,7	7	9,3	75	100
3	Kelengkapan Produk	3	4,0	6	8,0	30	40,0	26	34,7	10	13,3	75	100

Sumber: Hasil penelitian berdasarkan kuesioner (2014)

D. Analisis Data

1. Hasil uji validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis butir. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut.

Sebuah butir pertanyaan dianggap valid bila koefisien korelasi *Product Moment Pearson* dimana $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ($\alpha=5\%$; $n-2$) dan n = jumlah sampel.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas *Pearson Corellation*.

Rumus yang digunakan:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel x dan y

x : Jumlah harga dari skor butir

y : Jumlah harga dari skor total

n : Jumlah subyek

xy : Jumlah perkalian skor butir dengan skor total

x^2 : Jumlah kuadrat dan skor butir

y^2 : Jumlah kuadrat dan skor total

Perhitungan uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20 for windows*. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji validitas:

Tabel4.28
Hasil uji validitas variabel X dan Y

Variabel	No. Item	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Kehandalan(X_1)	1	0,831	0,2272	Valid
	2	0,825	0,2272	Valid
	3	0,879	0,2272	Valid
Ketanggapan (X_2)	4	0,848	0,2272	Valid
	5	0,866	0,2272	Valid
	6	0,854	0,2272	Valid
Jaminan (X_3)	7	0,898	0,2272	Valid
	8	0,927	0,2272	Valid
	9	0,815	0,2272	Valid
Empati(X_4)	10	0,810	0,2272	Valid
	11	0,855	0,2272	Valid
	12	0,836	0,2272	Valid

Tampilan Fisik (X ₅)	13	0,900	0,2272	Valid
	14	0,849	0,2272	Valid
	15	0,895	0,2272	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	16	0,726	0,2272	Valid
	17	0,687	0,2272	Valid
	18	0,805	0,2272	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014)

Berdasarkan tabel diatas, nilai r-hitung dari semua item lebih besar dari 0,2272 ($\alpha=0.05$; $n-2$). Ini berarti semua item tersebut dapat dinyatakan valid, dan benar-benar bisa digunakan sebagai alat ukur pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin.

2. Hasil uji reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* yang berguna untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai *reliable* (handal). Ketentuan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*:

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* positif tidak boleh negatif.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,6.

Rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r_n = \frac{k - \bar{r}}{1(k - 1)\bar{r}}$$

Keterangan:

- r : rata-rata korelasi antar item
k : jumlah item

Perhitungan uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20 for windows*.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji reliabilitas.

Tabel 4.29
Hasil uji reliabilitas variabel X dan Y

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Kehandalan (X_1)	0,844	0,60	Reliabel
Ketanggapan (X_2)	0,854	0,60	Reliabel
jaminan (X_3)	0,857	0,60	Reliabel
Empati (X_4)	0,837	0,60	Reliabel
Tampilan Fisik (X_5)	0,855	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,798s	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014)

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel adalah lebih besar dari nilai standarnya, yaitu 0,60. Ini berarti semua item dapat dinyatakan reliabel dan siap untuk dimasukkan ke dalam analisis data.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Menurut Tony Wijaya (2012), jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model tidak terdapat multikolinieritas.

Tabel 4.30**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,637	1,541		5,605	,000		
total_x1	,535	,203	,482	2,638	,010	,279	3,588
total_x2	-,248	,151	-,240	-1,639	,106	,435	2,300
total_x3	,357	,187	,352	1,908	,061	,273	3,660
total_x4	-,608	,180	-,545	-3,370	,001	,355	2,814
total_x5	,410	,138	,355	2,982	,004	,658	1,521

a. Dependent Variable: total_y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014)

Berdasarkan *outputCoefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dari semua variabel bebas adalah kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada model uji regresi ini.

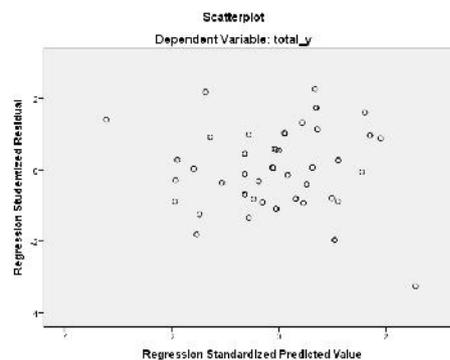
2. Uji Heterokedastisitas

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisanya sebagai berikut:

- a. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Jika terjadi, indikasinya terdapat heterokedastisitas.

- b. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, indikasinya tidak terjadi heterokedastisitas.

Gambar 4.1



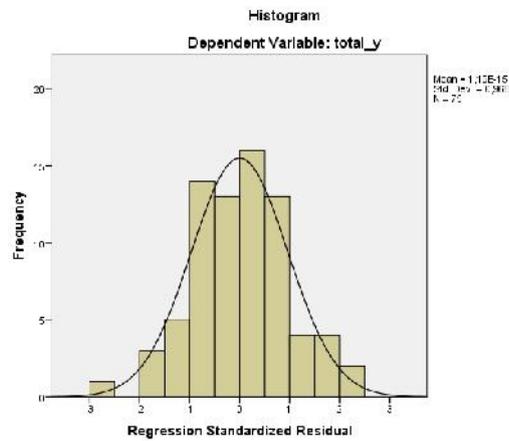
Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014)

Dari tampilan *grafik Scatterplot* di atas, maka dapat dilihat sebaran titik-titik yang acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 dari sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi indikasi heterokedastisitas dalam model regresi ini, sehingga model regresi ini dapat dinyatakan layak untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadapkepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin berdasarkan pengaruh dari variabel bebasnya.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau ke kanan.

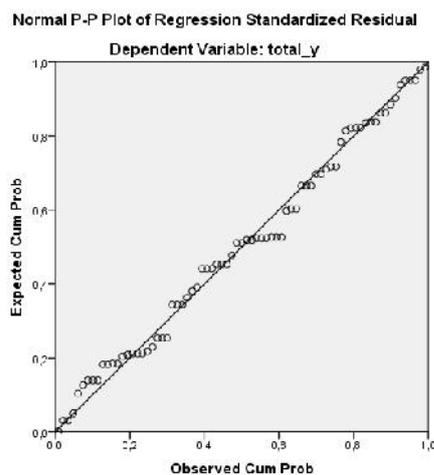
Gambar 4.2



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014)

Dari tampilan *output Histogram* di atas menunjukkan pola distribusi mendekati normal, hal ini dikarenakan pola distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan.

Gambar 4.3



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014)

Dari tampilan *output Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* di atas dapat disimpulkan bahwa grafik normal dari pola yang

menunjukkan penyebaran titik-titik di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal mengindikasikan model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

F. Analisis Regresi Linier Berganda

Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20 for windows*. Analisis ini bertujuan untuk memprediksikan nilai dari variabel tergantung apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan. Berikut adalah rumus regresi linier berganda: (dengan lima variabel bebas)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = koefisien regresi

X_1 = *Reliability*/Kehandalan

X_2 = *Responsiveness*/Ketanggapan

X_3 = *Assurance*/Jaminan

X_4 = *Empathy*/Empati

X_5 = *Tangible*/Tampilan Fisik

Penjelasan dari hasil pengolahan SPSS akan ditunjukkan pada tabel 4.31

berikut ini:

Tabel 4.31
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,599 ^a	,359	,312	1,83380

Tabel 4.32

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,637	1,541		5,605	,000		
total_x1	,535	,203	,482	2,638	,010	,279	3,588
total_x2	-,248	,151	-,240	-1,639	,106	,435	2,300
total_x3	,357	,187	,352	1,908	,061	,273	3,660
total_x4	-,608	,180	-,545	-3,370	,001	,355	2,814
total_x5	,410	,138	,355	2,982	,004	,658	1,521

a. Dependent Variable: total_y

a. Predictors: (Constant), total_x5, total_x3, total_x2, total_x4, total_x1

b. Dependent Variable: total_y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014)

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 8,637 + 0,535X_1 + (-0,248)X_2 + 0,357X_3 + (-0,608)X_4 + 0,410X_5$$

$$Y = 8,637 + 0,535X_1 - 0,248X_2 + 0,357X_3 - 0,608X_4 + 0,410X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = koefisien regresi

X_1 = *Reliability*/Kehandalan

X_2 = *Responsiveness*/Ketanggapan

X_3 = *Assurance*/Jaminan

X_4 = *Empathy*/Empati

X_5 = *Tangible*/Tampilan Fisik

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 8,637; artinya jika kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan tampilan fisik nilainya adalah 0, maka nilai Kepuasan konsumen adalah positif sebesar 8,637

- Koefisien regresi variabel Kehandalan (X_1) sebesar 0,535; artinya jika kehandalan mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,535 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- Koefisien regresi variabel ketanggapan (X_2) sebesar -0,248; artinya jika ketanggapan mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar -0,248 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- Koefisien regresi variabel jaminan (X_3) sebesar 0,357; artinya jika jaminan mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,357 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- Koefisien regresi variabel empati (X_4) sebesar -0,608; artinya jika empati mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,608 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- Koefisien regresi variabel tampilan fisik (X_5) sebesar 0,410; artinya jika Ukuran mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,410 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

G. Pengujian Hipotesis

1. Uji koefisien regresi secara simultan (Uji F)

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) atau $6-1 = 5$, dan df 2 ($n-k-1$) atau $75-5-1 = 69$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas), maka bisa didapat nilai untuk F tabel adalah sebesar 2,34.

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, dan jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak.

Tabel 4.33

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129,751	5	25,950	7,717	,000 ^b
	Residual	232,035	69	3,363		
	Total	361,787	74			

a. Dependent Variable: total_y

b. Predictors: (Constant), total_x5, total_x3, total_x2, total_x4, total_x1

Berdasarkan *output ANOVA* di atas dapat dilihat bahwa nilai F adalah sebesar 7,717. Ini berarti nilai $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($7,717 > 2,34$), maka H_0 ditolak. Kesimpulannya, karena H_0 ditolak, artinya kelima variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari Kehandalan, Ketanggapan, jaminan, Empati, dan Tampilan Fisik secara simultan mempengaruhi kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market Alfamart* di Banjarmasin.

2. Uji koefisien regresi secara parsial (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada *output coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ atau $75 - 5 - 1 = 69$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas), maka bisa didapat nilai untuk t tabel adalah sebesar 1,993.

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika t hitung < t tabel, maka Hoditerima, dan jika t hitung > t tabel, maka Hoditolak.

Tabel 4.34

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,637	1,541		5,605	,000		
total_x1	,535	,203	,482	2,638	,010	,279	3,588
total_x2	-,248	,151	-,240	-1,639	,106	,435	2,300
total_x3	,357	,187	,352	1,908	,061	,273	3,660
total_x4	-,608	,180	-,545	-3,370	,001	,355	2,814
total_x5	,410	,138	,355	2,982	,004	,658	1,521

a. Dependent Variable: total_y

a. Pengujian koefisien regresi variabel Kehandalan (X_1)

Berdasarkan *outputcoefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai t untuk variabel Kehandalan (X_1) adalah sebesar 2,638. Ini berarti nilai t hitung > t tabel ($2,638 > 1,994$), maka H_0 ditolak. Kesimpulannya, karena H_0 ditolak, artinya dalam penelitian ini variabel Kehandalan (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market Alfamart* di Banjarmasin.

b. Pengujian koefisien regresi variabel Ketanggapan (X_2)

Berdasarkan *outputcoefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai t untuk variabel Ketanggapan (X_2) adalah sebesar -1,639. Ini berarti nilai t

hitung $< t$ tabel ($-1,639 < 1,994$), maka H_0 diterima. Kesimpulannya, karena H_0 diterima, artinya dalam penelitian ini variabel Ketanggapan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen *mini market* Alfamart di Banjarmasin.

c. Pengujian koefisien regresi variabel Jaminan (X_3)

Berdasarkan *output coefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai t untuk variabel Jaminan (X_3) adalah sebesar 1,908. Ini berarti nilai t hitung $< t$ tabel ($1,908 < 1,994$), maka H_0 diterima. Kesimpulannya, karena H_0 diterima, artinya dalam penelitian ini variabel Jaminan (X_3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin.

d. Pengujian koefisien regresi variabel Empati (X_4)

Berdasarkan *output coefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai t untuk variabel Empati (X_4) adalah sebesar -3,370. Ini berarti nilai t hitung $< t$ tabel ($-3,370 < 1,994$), maka H_0 diterima. Kesimpulannya, karena H_0 diterima, artinya dalam penelitian ini variabel Empati (X_4) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin.

e. Pengujian koefisien regresi variabel Tampilan Fisik (X_5)

Berdasarkan *output coefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai t untuk variabel variabel Tampilan Fisik (X_5) adalah sebesar 2,982. Ini berarti nilai t hitung $> t$ tabel ($2,982 > 1,994$), maka H_0 ditolak.

Kesimpulannya, karena H_0 ditolak, artinya dalam penelitian ini variabel variabel Tampilan Fisik (X_5) secara parsial berpengaruh terhadap kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin.

Berdasarkan uji koefisien regresi secara parsial (uji t) di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hanya satu variabel yang paling dominan memberikan pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin, yaitu variabel Tampilan Fisik (X_5).

Menurut penulis, berdasarkan riset yang sudah dilakukan selama dua bulan, sebagian besar responden lebih cenderung memilih pelayanan yang berkualitas bagus dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal.

Bagi sebagian besar responden dalam penelitian ini, variabel *reliability*/kehandalan, *responsiveness*/ketanggapan, *assurance*/jaminan dan *empathy*/empati hanya dijadikan sebagai faktor pendukung, sedangkan variabel *tangible*/tampilan fisik dijadikan sebagai faktor utama dalam membuat suatu kepuasan konsumen. Inilah alasannya kenapa variabel tampilan fisik menjadi variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin, baik itu secara simultan maupun secara parsial.

Kepuasan konsumen dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa dengan kenyataan yang diterima sesuai dengan syariah Islam. Adapun sebagian tampilan fisik yang sesuai syariah Islam dan menjadi tolak ukur kepuasan konsumen pada *mini market* Alfamart di Banjarmasin adalah kebersihan tempat dan kerapian seragam karyawan.