

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (fiel research) yakni penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk menggali dan meneliti data yang berkenaan dengan pelayanan mutu gallery busana muslim dan minyak wangi serta restoran siap saji Al Zahra terhadap kepuasan pelanggan sebagai pengguna jasa secara langsung pada PT Al Zahra Banjarbaru .

Pendekatan ini bersifat analisis deskriptif yaitu penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (penyebabnya) yang digambarkan dengan katakata yang jelas dan terperinci.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini mengambil lokasi di perusahaan PT Al Zahra yang beralamat di Jalan A. Yani Kota Banjarbaru

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pelanggan dari gallery busana muslim dan minyak wangi serta restoran siap saji Al Zahra Banjarbaru

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah gambaran kepuasan pelanggan yang dianalisis melalui faktor reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), empathy (perhatian) dan tangibles (bukti langsung)

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data yang digali dalam penelitian ini adalah :

- a. Deskripsi tentang perusahaan PT Al Zahra Banjarbaru
- b. Gambaran kepuasan pelanggan

2. Sumber Data

- a. Responden yaitu orang yang terlibat langsung dalam penelitian ini, yakni pelanggan pada gallery busana muslim dan minyak wangi serta restoran siap saji Al Zahra Banjarbaru
- b. Catatan atau berkas-berkas yang berhubungan dengan penelitian khususnya yang berkaitan dengan data perusahaan PT Al Zahra Banjarbaru.

E. Teknik Pengumpulan Data.

1. Interview atau wawancara yaitu melalui wawancara dengan memberikan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini pada manajer pemasaran PT Al Zahra Banjarbaru..

2. Angket yaitu penyebaran angket kepada pelanggan gallery busana muslim dan minyak wangi serta restoran siap saji Al Zahra Banjarbaru
3. Dokumenter ialah menghimpun data fisik terkait permasalahan yang diteliti seperti struktur organisasi, sistem operasional dan sejarah berdirinya.

F. Teknik Pengolahan Data

Analisis data digunakan perhitungan statistik korelasional berdasarkan hasil angket (kuesioner) menggunakan program SPSS for Windows versi 11,0 metode ENTER tentang regresi linear berganda (*multivariate regresion*) dengan rumus $Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + \epsilon$ dalam hal ini Y adalah kualitas kepuasan pelanggan, b_{12345} koefisien regresi sedangkan x_{12345} adalah indikator dari faktor-faktor pelayanan bagi kepuasan pelanggan α konstanta dan ϵ derajat kesalahan.

Data yang terkumpul dari jawaban responden terhadap pernyataan angket selanjutnya dilakukan penyusunan tabulasi berdasarkan skor masing-masing alternatif jawaban. Kemudian dianalisis menggunakan statistik multivariate dengan rumus regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + \epsilon \quad ^1$$

Dalam hal ini :

- | | |
|-------|--------------------------------|
| Y | - Nilai kepuasan pelanggan |
| x_1 | - Reliability (keandalan) |
| x_2 | - Responsiveness (ketanggapan) |
| x_3 | - Assurance (jaminan) |

¹ Widayat. *Metode Pemasaran Modern. Aplikasi Software SPSS*. (Malang : Universitas Muhammadiyah, 2006) h 127.

x_4	- Emphaty (perhatian)
x_5	- Tangibles (bukti langsung)
α	- konstanta
b_{12345}	- koefisien regresi
ϵ	- derajat kesalahan

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini digunakan alat uji statistik yaitu uji F guna mengukur pengaruh variable independen terhadap variable dependent secara berama-sama. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95 % atau taraf signifikan (α) sebesar 5 % sedangkan derajat kebebasan adalah $(df) = (k - 1)$. Hasil uji F ini selanjutnya diinterpretasikan, apabila F_{hitung} lebih besar F_{tabel} ($F_h > F_t$), maka pembuktian hipotesis (H_0) dapat diterima, sebaliknya apabila F_{hitung} lebih kecil F_{tabel} ($F_h < F_t$), maka pembuktian hipotesis (H_0) ditolak.

G. Prosedur Penelitian

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini penulis mempelajari dengan seksama permasalahan yang akan diteliti, kemudian hasilnya ditungkan dalam sebuah proposal penelitian yang berjudul : “Analisis Faktor-faktor Kualitas Jasa yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT Al Zahra Banjarbaru” Untuk kesempurnaannya maka dikonsultasikan kepada Dosen Pembimbing dan Asisten Pembimbing, maka dikunsultasikan kembali untuk diadakan perbaikan seperlunya, lalu kemudian diseminarkan.

2. Tahap Pengumpulan data

Pada tahap ini penulis tersebut dahulu mengurus surat risetnya, kemudian melakukan penelitian lapangan dengan wawancara langsung kepada manajer pemasaran serta angket kepada responden sehingga diperoleh data tentang kepuasan pelanggan yang kemudian akan dianalisis dan disimpulkan.

Untuk melakukan riset ini maka diperlukan waktu selama 2 (dua) bulan sesuai dengan surat perintah riset yang dikeluarkan Fakultas Syari'ah IAIN Antarasi Banjarmasin.

3. Tahap Pengelolaan dan Analisis Data

Pada tahap ini penulis mengolah secara intensif terhadap data yang diperoleh berdasarkan teknik editing dan kategorisasi yang kesemuanya dituangkan dalam laporan penelitian pada bab IV. Untuk memperoleh kesimpulan maka dilakukan perhitungan manual serta program SPSS for windows versi 11,0. Selanjutnya dianalisis kemudian memberikan pendapat atau komentar yang semoga bisa berguna unuk kemajuan ilmu pengetahuan.

4. Tahapan Penyusunan

Pada tahap ini penulis menyusun secara sistematis terhadap data yang telah diperoleh berdasarkan sistematika penulisannya. Untuk kesempurnaannya. Maka dikonsultasikan secara intensif kepada Dosen pembimbing, sehingga dianggap sempurna dan menjadi sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang siap dimunaqasahkan.

BAB IV

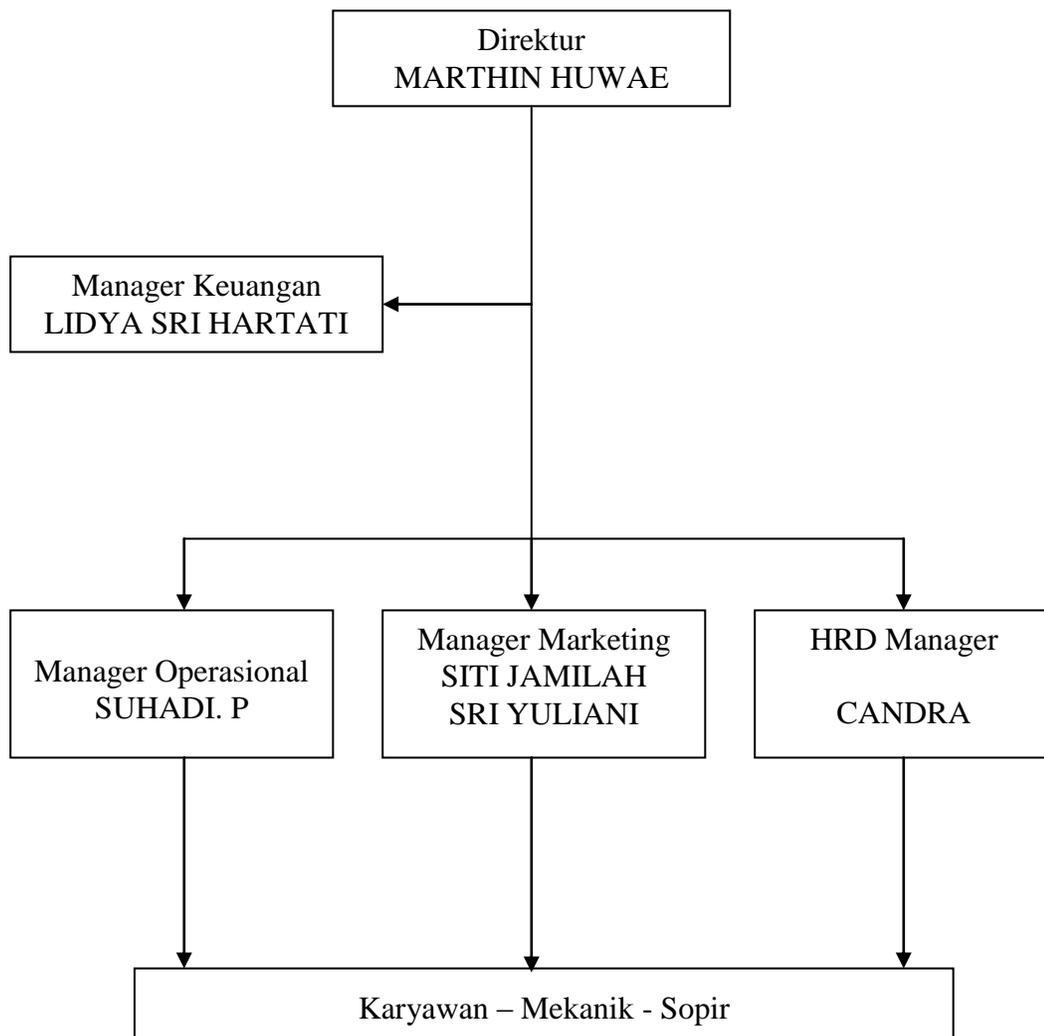
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT Al Zahra Banjarbaru. berdiri pada tanggal 2 Februari 2000. Pendirian disahkan melalui Akta Notaris Nomor 44 tanggal 14 Maret 2000 oleh Notaris Robensyah Sjahran, S.H. Pertama kali hanya memiliki outlet yaitu produk seperti Buku Agama Islam, Pakaian Busana Muslim dan Minyak Wangi yaitu Gallery Al Zahra,, Restoran Siap Saji yaitu AZ Express Food dan Toko Roti yaitu AZ Express Bakkery serta menyewakan ruko.

Saat ini, PT Al Zahra Banjarbaru yang beralamat di Jalan Ahmad Yani Km 3 Kota Banjarbaru memiliki tepat strategis di tengah kota dengan usaha restoran siap saji AZ Express.

Mekanisme kerja PT Al Zahra Banjarbaru dapat digambarkan pada bagan berikut :



Sumber :

PT Al Zahra Banjarbaru (2010)

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan PT Al Zahra Banjarbaru yang berada di Gallery Al Zahra,, Restoran Siap Saji yaitu AZ Express Food dengan tujuan mengetahui pengaruh faktor *reliability* (keandalan), *responsivennes* (cepat tanggap), *emphaty* (perhatian), *assurance* (jaminan), dan *tangibles* (bukti langsung) terhadap kepuasan jasa/layanan. Dari tujuan tersebut, maka responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah melakukan transaksi pembelian pakaian dan makanan siap saji secara tetap selama 3 bulan terakhir.

Kuesioner disebarakan pada tanggal 21 September 2010 untuk selanjutnya diberikan kesempatan responden menjawab pernyataan angket. Jawaban responden dikumpulkan kembali pada tanggal 30 September 2010 dan seluruh responden yang memperoleh penyebaran angket ternyata 100 % dapat terisi sesuai petunjuk dengan data responden sebagai berikut

Tabel 1 : Distribusi Responden Penelitian

No	Jenis Pelanggan	Jumlah	%
1	Pelanggan dari Gallery Al Zahra	11	20,75
2	Pelanggan Restoran Siap Saji yaitu AZ Express Food	42	79,25
Jumlah		53	100,00 %

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari data tabel tersebut di atas diketahui pelanggan selama 3 bulan terakhir yang melakukan pemanfaatan jasa layanan pada PT Al Zahra Banjarbaru adalah responden dari pelanggan gallery Al Zahra sebanyak 11 orang (20,75%) sedangkan responden dari restoran siap saji sebanyak 42 orang (79,25%)

Tabel 2 Status Pekerjaan Responden Penelitian

No	Status Pekerjaan	Jumlah	%
1	PNS/TNI/Polri	21	39,62
2	Karyawan Swasta	14	26,42
4	Mahasiswa/Pelajar	8	15,09
5	Ibu Rumah Tangga	10	18,87
Jumlah		53	100,00

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari tabel di atas terlihat bahwa latar belakang atau status pekerjaan pelanggan yang melakukan pemanfaatan jasa layanan di Restoran Siap Saji yaitu AZ Express Food adalah responden PNS/TNI/POLRI sebanyak 21 orang (39,62%) kemudian karyawan swasta sebanyak 14 orang (26,42%) dan mahasiswa/pelajar sebanyak 8 orang (15,09%) serta responden sebagai ibu rumah tangga sebanyak 10 orang (18,87%).

Alternatif jawaban responden berdasarkan tabulasi yang telah disusun (lampiran 1) diketahui penyebaran jawaban sebagai berikut :

Tabel 3 : Jawaban Responden Tentang Kepuasan Jasa Layanan PT Al Zahra Banjarbaru

No	Jawaban Responden	Skor Pernyataan Angket			
		1	2	3	4
1	Sangat Baik/Sangat Puas	12 / 42,86 %	12 / 42,86 %	14 / 50,00 %	14 / 50,00 %
2	Baik/Puas	8 / 28,57 %	6 / 21,43 %	4 / 14,29 %	5 / 17,85 %
3	Cukup Baik/Cukup Puas	6 / 21,43 %	6 / 21,43 %	6 / 21,43 %	5 / 17,85 %
4	Kurang Baik/Kurang Puas	2 / 7,14 %	4 / 14,29 %	4 / 14,29 %	4 / 14,29 %
5	Tidak Baik/Tidak Puas	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Jumlah		28 / 100	28 / 100	28 / 100	28 / 100

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari data tabel tersebut di atas menunjukkan hasil survai untuk pernyataan kepuasan jasa layanan PT Al Zahra Banjarbaru yaitu 12 orang (42.86 %) menyatakan sangat puas, 8 orang (28,57 %) puas, 6 orang (21,43 %) cukup puas, dan 2 orang (7,14 %) kurang puas terhadap pernyataan (Y₁) bahwa perusahaan senantiasa memberikan penjelasan secara jelas dan akurat kepada pelanggan untuk kepuasan yang maksimal.

Untuk alternatif jawaban (Y₂) diperoleh tanggapan yaitu 12 orang (42,86 %) sangat puas, 6 orang (21,43 %) masing-masing puas dan cukup puas, serta 4 orang (14,29 %) kurang puas terhadap tindakan perusahaan yang senantiasa berlaku sopan baik perkataan maupun perbuatan kepada pelanggan.

Jawaban responden untuk pernyataan (Y_3) diperoleh tanggapan sebanyak 14 orang (50,00 %) sangat baik, 4 orang (14,29 %) baik, 6 orang (21,43 %) cukup baik serta 4 orang (14,29 %) kurang baik terhadap upaya perusahaan yang senantiasa memberikan jasa/layanan secara terampil dalam memberikan pelayanan pemesanan.

Alternatif jawaban (Y_4) diperoleh tanggapan sebanyak 14 orang (50,00 %) sangat puas, 5 orang (17,85 %) masing-masing puas dan cukup puas serta 4 orang (14,29 %) kurang puas terhadap pesanan pelanggan sehingga klaim atas kesalahan atau keterlambatan jadwal pengiriman jarang ditemui.

Selanjutnya dari tabulasi data angket tentang variabel independen, yaitu keandalan (X_1) diketahui sebagai berikut :

Tabel 4 : Jawaban Responden Tentang *Reliabilitas* (keandalan)

No	Jawaban Responden	Jumlah / Persentase			
		X_1	X_2	X_3	X_4
1	Sangat Baik/Sangat Puas	12 / 42,86	3 / 10,71	7 / 25,00	7 / 25,00
2	Baik/Puas	8 / 28,57	8 / 28,57	12 / 42,86	11 / 39,29
3	Cukup Baik/Cukup Puas	5 / 17,85	13 / 46,43	8 / 28,57	8 / 28,57
4	Kurang Baik/Kurang Puas	3 / 10,71	4 / 14,29	1 / 3,57	2 / 7,14
5	Tidak Baik/Tidak Puas	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Jumlah		28 / 100	28 / 100	28 / 100	28 / 100

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari data jawaban responden di atas diketahui tanggapan sangat puas sebanyak 12 orang (42,86 %), puas 8 orang (28,57 %), cukup puas 5 orang

(17,85%), kurang puas 3 orang (10,71 %) terhadap pernyataan ($X_{1.1}$) perusahaan selalu memberikan jasa/layanan terbaik kepada pelanggan.

Alternatif jawaban ($X_{1.2}$) yang dinyatakan responden adalah 3 orang (10,71 %) sangat puas, 8 orang (28,57 %) puas, 13 orang (46,43 %) cukup puas, 4 orang (14,29 %) kurang puas karena perusahaan selalu memegang sikap jujur dalam memberikan keterangan jumlah dan kualitas pelayanan.

Untuk jawaban responden terhadap pernyataan ($X_{1.3}$) bahwa sewaktu perbaikan komponen, perusahaan selalu memperhatikan kecepatan proses pemesanan dan selalu dilakukan dengan baik dinyatakan oleh adalah 7 orang (25,00 %) sangat baik, 12 orang (42,86 %) baik, 8 orang (28,57 %) menyatakan cukup baik dan 1 orang (3,57 %) kurang baik.

Pernyataan angket ($X_{1.4}$) tentang waktu perusahaan menyelesaikan proses pendistribusian terhadap sesama pelanggan selalu memberikan pelayanan yang sama dan adil kepada semua pelanggan dinyatakan oleh 7 orang (25,00 %) sangat baik, 11 orang (39,29 %) baik, dan 86 (28,57 %) cukup baik dan 2 orang (7,14 %) kurang baik.

Selanjutnya diketahui pernyataan angket (X_2) tentang *Responsiveness* (cepat tanggap) perusahaan terhadap layanan jasa PT Al Zahra Banjarbaru yang sudah ditabulasikan dapat digambarkan sebagaimana tabel berikut ini :

Tabel 5 : Jawaban Responden Tentang *Responsiveness* (cepat tanggap)

No	Jawaban Responden	Jumlah / Persentase			
		$X_{2.5}$	$X_{2.6}$	$X_{2.7}$	$X_{2.8}$

1	Sangat Baik/Sangat Puas	8 / 28,57 %	7 / 25,00 %	6 / 21,43 %	6 / 21,43 %
2	Baik/Puas	13 / 46,43 %	8 / 28,57 %	9 / 32,14 %	13 / 46,43 %
3	Cukup Baik/Cukup Puas	6 / 21,43 %	10 / 35,71 %	7 / 25,00 %	9 / 32,14 %
4	Kurang Baik/Kurang Puas	1 / 3,57 %	3 / 10,71 %	6 / 21,43 %	0 / 0
5	Tidak Baik/Tidak Puas	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Jumlah		28 / 100	28 / 100	28 / 100	28 / 100

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari data jawaban responden di atas diketahui tanggapan sangat setuju baik sebanyak 8 orang (28,57 %), baik 13 orang (46,43 %), cukup baik 6 orang (21,43 %) dan 1 orang (3,57 %) kurang baik terhadap pernyataan ($X_{2.5}$) perusahaan sadar akan tugas dan tanggap terhadap masalah/keluhan dari para pelanggan.

Alternatif jawaban ($X_{2.6}$) yang dinyatakan responden adalah 7 orang (25,00 %) sangat baik, 8 orang (28,57 %) baik, 10 orang (35,71 %) cukup baik, dan 3 orang (10,71 %) kurang baik terhadap pernyataan bahwa perusahaan memiliki karyawan yang terampil dalam memberikan layanan jasa yang menjadi keluhan pelanggan.

Untuk jawaban responden terhadap pernyataan ($X_{2.7}$) bahwa karyawan memiliki latar belakang keahlian/profesi teknis sehingga mampu memberikan jasa/layanan dengan baik sebanyak 6 orang (21,43 %) sangat baik, 9 orang (32,14 %) baik, 7 orang (25,00 %) cukup baik, dan 6 orang (21,43 %) kurang baik.

Pernyataan angket ($X_{2.8}$) tentang perusahaan sangat tanggap terhadap klaim pelanggan yang mengalami keterlambatan pemesanan diperoleh jawaban sebanyak

6 orang (21,43 %) sangat baik, 13 orang (46,43 %) baik, 9 orang (32,14 %) cukup baik, dan tidak terdapat pernyataan tidak baik.

Berikutnya diketahui pernyataan angket (X_3) tentang *Assurance* (jaminan) perusahaan terhadap layanan jasa PT Al Zahra Banjarbaru yang sudah ditabulasikan dapat digambarkan sebagaimana tabel berikut ini :

Tabel 6 : Jawaban Responden Tentang *Assurance* (jaminan).

No	Jawaban Responden	Jumlah / Persentase			
		$X_{3,9}$	$X_{3,10}$	$X_{3,11}$	$X_{3,12}$
1	Sangat Baik/Sangat Puas	7 / 25,00 %	6 / 21,43 %	3 / 10,71 %	6 / 21,43 %
2	Baik/Puas	11 / 39,28 %	9 / 32,14 %	14 / 50,00 %	14 / 50,00 %
3	Cukup Baik/Cukup Puas	6 / 21,43 %	11 / 39,28 %	8 / 28,57 %	7 / 25,00 %
4	Kurang Baik/Kurang Puas	3 / 10,71 %	2 / 7,14 %	3 / 10,71 %	1 / 3,57 %
5	Tidak Baik/Tidak Puas	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Jumlah		28 / 100	28 / 100	28 / 100	28 / 100

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari data jawaban responden di atas diketahui tanggapan sangat puas sebanyak 7 orang (25,00 %), puas 11 orang (39,28 %), cukup puas 6 orang (21,43 %) dan kurang puas 3 orang (10,71 %) terhadap pernyataan ($X_{3,9}$) perusahaan senantiasa memberikan penjelasan dan berkomunikasi dengan baik kepada para pelanggan selama proses pemesanan berlangsung.

Alternatif jawaban ($X_{3,10}$) diketahui responden 6 orang (21,43 %) sangat puas, 14 orang (50,00 %) puas, 7 orang (25,00 %) cukup puas, dan 1 orang (3,57 %)

kurang puas terhadap pernyataan perusahaan selalu bertindak sabar dan ramah mendengarkan keluhan yang disampaikan pelanggan.

Untuk jawaban responden terhadap pernyataan ($X_{3.11}$) bahwa perusahaan selalu memberikan pelayanan jasa sampai tuntas sesuai waktu yang disepakati pelanggan sebanyak 3 orang (10,71 %) sangat puas, 16 orang (57,14 %) puas, dan 5 orang (17,86 %) cukup puas, serta 4 orang (14,29 %) kurang puas.

Pernyataan angket ($X_{3.12}$) tentang keluhan pelanggan karena sering terlambat dalam pengiriman pesanan sangat diperhatikan oleh perusahaan diperoleh jawaban sebanyak 16 orang (57,14 %) sangat puas, 4 orang (14,29 %) puas, 5 orang (17,86 %) cukup puas, dan 3 orang (10,71 %) kurang puas.

Berikutnya diketahui pernyataan angket (X_4) tentang *Emphaty* (perhatian) penjaja terhadap layanan jasa PT Al Zahra Banjarbaru yang sudah ditabulasikan dapat digambarkan pada tabel berikut :

Tabel 7 : Jawaban Responden Tentang *Emphaty* (perhatian).

No	Jawaban Responden	Jumlah / Persentase			
		$X_{4.13}$	$X_{4.14}$	$X_{4.15}$	$X_{4.16}$
1	Sangat Baik/Sangat Puas	7 / 25,00 %	5 / 17,86	10 / 35,71	11 / 39,29
2	Baik/Puas	13 / 46,43 %	10 / 35,71	8 / 28,57	8 / 28,57
3	Cukup Baik/Cukup Puas	4 / 14,29 %	11 / 39,29	7 / 25,00	7 / 25,00
4	Kurang Baik/Kurang Puas	4 / 14,29 %	2 / 7,14		2 / 7,14
5	Tidak Baik/Tidak Puas	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Jumlah		28 / 100	28 / 100	28 / 100	28 / 100

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari data jawaban responden di atas diketahui tanggapan sangat baik sebanyak 7 orang (25,00 %), baik 13 orang (46,43 %), cukup baik dan kurang baik masing-masing sebanyak 4 orang (10,71%) terhadap pernyataan ($X_{4.13}$) perusahaan senantiasa melakukan penjelasan pada pelanggan tentang kualitas makanan dan bahan pakaian yang digunakan dalam proses kerja.

Alternatif jawaban ($X_{4.14}$) yang dinyatakan responden adalah 5 orang (17,86 %) sangat baik, 10 orang (35,71 %) setuju, 11 orang (39,29 %) cukup baik, dan 2 orang (7,14 %) kurang baik terhadap pernyataan perusahaan senantiasa memahami kebutuhan pelanggan terhadap kualitas layanan/jasa tepat waktu sebaik-baiknya.

Untuk jawaban responden terhadap pernyataan ($X_{4.15}$) perusahaan selalu memberikan keyakinan dengan menjelaskan bahwa pelayanan sesuai waktu dan permintaan sebanyak 10 orang (35,71 %) sangat baik, 8 orang (28,57 %) baik, 7 orang (25,00 %) cukup baik, dan 3 orang (10,71 %) kurang baik.

Pernyataan angket ($X_{4.16}$) tentang perusahaan selalu memberikan perhatian khusus atas masalah teknis yang dihadapi pelanggan sehingga memberikan kesempatan bertanya diperoleh jawaban sebanyak 11 orang (39,29 %) sangat baik, 8 orang (28,57 %), baik, 7 orang (25,00 %) cukup baik, dan 2 orang (7,14 %) kurang baik.

Untuk pernyataan angket (X_5) tentang *Tangibles* (bukti langsung) pelanggan terhadap jasa layanan PT Al Zahra Banjarbaru yang sudah ditabulasikan dapat digambarkan sebagaimana tabel berikut ini :

Tabel 8 : Jawaban Responden Tentang *Tangibles* (Bukti Langsung)

No	Jawaban Responden	Jumlah / Persentase			
		X _{5.17}	X _{5.18}	X _{5.19}	X _{5.20}
1	Sangat Baik/Sangat Puas	11 / 39,29 %	8 / 28,57 %	7 / 25,00 %	16 / 57,14 %
2	Baik/Puas	9/ 32,14 %	8 / 28,57 %	12 / 42,86 %	5/ 17,89 %
3	Cukup Baik/Cukup Puas	6 / 21,43 %	11 / 39,29 %	5 / 17,86 %	4 / 14,29 %
4	Kurang Baik/Kurang Puas	2 / 7,14 %	1 / 3,57 %	4 / 14,29 %	3 / 10,71 %
5	Tidak Baik/Tidak Puas	0 / 0	0 / 0	0 / 0	0 / 0
Jumlah		28 / 100	28 / 100	28 / 100	28 / 100

Sumber : Data Primer Penelitian (2010)

Dari jawaban responden diketahui tanggapan sangat puas sebanyak 11 orang (39,29 %), puas 9 orang (32,14 %), cukup puas 6 orang (21,43 %) dan 2 orang (7,14 %) kurang puas terhadap pernyataan (X_{5.17}) perusahaan memberikan kemudahan untuk pengajuan permintaan dan pendistribusian minyak solar yang dipesan.

Alternatif jawaban (X_{5.18}) responden menyatakan 16 orang (57,14 %) masing-masing sangat puas dan 5 orang (17,86 %) puas, 4 orang (39,29 %) cukup puas, dan 3 orang (3,57 %) kurang puas terhadap pernyataan perusahaan menunjukkan secara langsung jenis minyak solar yang diminta dan didistribusikan sesuai permintaan.

Untuk jawaban responden terhadap pernyataan (X_{5.19}) bahwa kondisi restoran dan galery dengan fasilitas teknis lengkap serta karyawan terlatih memberikan jaminan kemudahan jasa/layanan pada pelanggan sebanyak 7 orang

(25,00 %) sangat puas, 12 orang (42,86 %) puas, 5 orang (17,86 %) cukup puas, dan 4 orang (14,29 %) kurang puas.

Pernyataan angket ($X_{5.20}$) tentang perusahaan memberikan jasa/layanan kepada pelanggan sudah maksimal diperoleh jawaban sebanyak 16 orang (37,21 %) sangat baik, 12 orang (27,91 %) baik, 4 orang (9,30 %) cukup baik, dan 11 orang (25,58 %) kurang baik.

C. Pengujian Hipotesis Penelitian.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linear berganda (*multivariate*) untuk menentukan kontribusi relatif masing-masing variabel (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*) terhadap kepuasan pelanggan di PT Al Zahra Banjarbaru .

Untuk menguji pengaruh kedua variabel tersebut dilakukan uji hipotesis menggunakan program *SPSS versi 11,0 for Windows metode ENTER* (Santoso, 2004 : 43) Pembuktian hipotesis yang telah diajukan beserta analisis hasil pengolahan data dapat dilakukan melalui uji F (uji simultan/serentak) dengan signifikansi $p < 0,05$ sebagai berikut :

RESP	Jumlah Skor Faktor Layanan/Jasa					Kepuasan
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Y
1	16	15	16	14	14	16
2	16	11	15	13	11	12
3	13	12	17	15	13	14
4	12	11	14	11	16	12
5	17	13	11	12	12	14
6	14	14	13	11	14	13
7	11	15	16	13	12	14
8	15	16	12	14	14	15
9	13	15	14	15	13	16

10	12	17	12	12	15	15
11	14	14	14	12	15	17
12	12	11	13	15	13	14
13	14	13	15	13	12	11
14	13	16	11	12	14	13
15	15	12	12	14	12	16
16	11	14	11	12	14	12
17	12	12	13	14	13	14
18	11	14	14	13	15	12
19	13	13	11	15	11	14
20	14	15	12	11	12	14
21	15	11	11	12	14	13
22	16	12	13	11	13	15
23	15	11	14	13	15	11
24	17	13	15	14	11	12
25	14	14	16	15	12	11
26	11	15	15	16	11	13
27	13	12	16	17	13	11
28	16	12	14	12	17	17

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X.5, X.2, X.3, X.1, X.4		Enter

- a All requested variables entered.
- b Dependent Variable: Y

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
Model					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,670	,449	,324	1,60924	,449	3,588	5	22	,016

a Predictors: (Constant), X.5, X.2, X.4, X.1, X.3

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46,456	5	9,291	3,588	,016
	Residual	56,972	22	2,590		
	Total	103,429	27			

a Predictors: (Constant), X.5, X.2, X.4, X.1, X.3

b Dependent Variable: Y

Dari hasil regresi linear berganda pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel reliability (keandalan), responsiveness (cepat tanggap), assurance (jaminan), empathy (perhatian) dan tangible (bukti langsung) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam perbaikan komponen alat berat transport pada work shop PT Al Zahra Banjarbaru. Hal ini terlihat pada nilai F_{hitung} yaitu 4,548 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,558.

Perhitungan uji F ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_1) yang menyatakan reliability (keandalan), responsiveness (cepat tanggap), assurance (jaminan), empathy (perhatian) dan tangible (bukti langsung) berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dalam perbaikan komponen alat berat transport pada PT Al Zahra Banjarbaru dapat diterima, sebaliknya hipotesis (H_2) ditolak.

Dari data analisis regresi linear berganda tersebut juga diketahui bahwa variabel reliability (keandalan), responsiveness (cepat tanggap), assurance (jaminan), empathy (perhatian) dan tangible (bukti langsung) dapat menjelaskan perubahan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 44 % ($R Square = 0,446$)

sedangkan sisanya sebesar 56 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam instrumen penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan analisis regresi liner berganda (multivariate) dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Variabel reliabiliti (keandalan), responsiveness (cepat tanggap), assurance (jaminan), empathy (perhatian) dan tangible (kasatmata) memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan dalam jasa PT Al Zahra Banjarbaru
2. Variabel reliabiliti (keandalan), responsiveness (cepat tanggap), assurance (jaminan), empathy (perhatian) dan tangible (bukti langsung) memiliki derajat keterpengaruhan pada kepuasan pelanggan sebesar 44 % ($R\ square = 0,446$) sehingga dapat dinyatakan semakin baik jasa/layanan PT Al Zahra Banjarbaru akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tersebut.

Kemudian diketahui pula berdasarkan uji t dari perhitungan regresi linear diketahui sebagai berikut :

Model	Coefficients								
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			
						B	Beta	Zero-order	Partial
1 (Constant)	-11,452	6,898		-1,660	,111				
X.1	,225	,180	,211	1,252	,224	,013	,258	,198	
X.2	4,620E-02	,182	,041	,254	,802	,073	,054	,040	
X.3	,298	,198	,263	1,504	,147	,198	,305	,238	
X.4	,380	,204	,315	1,862	,076	,268	,369	,295	

X.5 1,005 ,268 ,636 3,744 ,001 ,482 ,624 ,592
a Dependent Variable: Y

- a. Variabel realibility (keandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Al Zahra Banjarbaru di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($1,813 > 1,701$) dan pengaruhnya sangat dominan sehingga hipotesis (H_1) yang menyatakan terdapat hubungan antara faktor keandalan dengan kepuasan pelanggan diterima.
- b. Variabel responsivennes (cepat tanggap) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Al Zahra Banjarbaru di mana t_{hitung} lebih kecil dari t_{table} ($0,955 < 1,701$) sehingga hipotesis (H_1) yang menyatakan terdapat hubungan antara faktor cepat tanggap dengan kepuasan pelanggan ditolak.
- c. Variabel assurance (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Al Zahra Banjarbaru di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($2,602 > 1,701$) sehingga hipotesis (H_1) yang menyatakan terdapat hubungan antara faktor jaminan dengan kepuasan pelanggan diterima.
- d. Variabel emphaty (perhatian) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT Al Zahra Banjarbaru di mana t_{hitung} lebih kecil dari t_{table} ($-2,455 < 1,701$) sehingga hipotesis (H_1) yang menyatakan terdapat hubungan antara faktor perhatian dengan kepuasan pelanggan ditolak.
- e. Variabel tangible (bukti langsung) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Al Zahra Banjarbaru di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($2,651 > 1,701$) dan pengaruhnya sangat dominan sehingga hipotesis (H_1) yang

menyatakan terdapat hubungan antara faktor bukti langsung dengan kepuasan pelanggan diterima.