

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

R. Hasil Penelitian

Dalam sebuah penelitian, diperlukan beberapa pengujian pada hasil penelitian yang telah diperoleh. Salah satu pengujian yang harus dilakukan adalah uji asumsi dan taraf signifikansi. Uji asumsi itu sendiri terdiri dari beberapa tahap pengujian, yaitu uji normalitas dan uji linieritas. Berikut adalah penjabaran dari hasil uji asumsi.

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan dalam rangka mengetahui apakah variabel-variabel yang diteliti, baik variabel bebas ataupun variabel tergantung, memiliki distribusi / sebaran yang normal atau tidak normal. Pada uji normalitas, peneliti menggunakan program IBM SPSS 16 *for Windows*.

Perhitungan normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Berikut adalah hasil uji normalitas atas variabel-variabel yang sudah diteliti, Pada variabel kualitas pelayanan hasil perhitungan menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov-Z* sebesar 0.557 ($p > 0.05$), sehingga bisa dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki distribusi yang normal, variabel kepuasan konsumen nilai *Kolmogorov-Smirnov-Z* sebesar 0.880 ($p > 0.05$), sehingga variabel kepuasan konsumen juga memiliki distribusi yang

normal. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yang telah diteliti memiliki distribusi yang normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Untuk dapat melihat apakah terdapat hubungan yang linier pada variabel yang telah diteliti, peneliti harus melihat nilai dari F_{linier} dan signifikansinya. Hasil yang diharapkan adalah nilai dari F_{linier} harus lebih besar dari nilai F_{linier} dengan $p < 0.05$.

Hasil uji linieritas dari variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menunjukkan nilai F_{linier} sebesar 8.976 ($p < 0.01$), yang berarti bahwa, terdapat hubungan yang linier antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hasil uji dapat dilihat pada lampiran D-2. Pengujian ini peneliti lakukan dengan menggunakan program IBM SPSS 16 *for Windows*.

2. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi, pada tahap selanjutnya peneliti melakukan uji hipotesis. Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan apakah hipotesis yang sudah rancang sebelumnya, diterima atau ditolak. Peneliti menggunakan program IBM SPSS 16 *for Windows* dalam melakukan pengujian hipotesis. Metode yang

digunakan adalah analisis *Pearson Product Moment*. Pada penelitian ini, peneliti ingin membuktikan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis yang sudah peneliti lakukan.

Pada hasil perhitungan yang telah peneliti lakukan terdapat Nilai $r_{xy} = 0.341$, dengan $p < 0.01$, hal ini artinya bahwa terdapat korelasi yang sangat signifikan antara kepuasan konsumen terhadap variabel independennya, yaitu kualitas pelayanan.

S. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima. Hasil dari uji korelasi *Product Moment* dari Pearson, menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menghasilkan nilai $r_{xy} = 0.341$ ($p < 0.01$) sehingga dikatakan bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen berkorelasi. Hasil penelitian ini serupa dengan Sigit dan Oktafiani (2014) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pelanggan dengan angka $r_{xy} = 0,059$ ($p < 0.01$) yang berarti terdapat korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Yulianti (2016) dimana kelima aspek kehandalan, jaminan, daya tanggap, empati memiliki hubungan dengan aspek kepuasan konsumen, dengan hasil $r_{xy} = 0,021$ ($p < 0.01$). Dari hasil tersebut

dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bahwa arah korelasi dari dua variabel bersifat positif, karena nilai korelasinya positif. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil ini sejalan dengan pernyataan menurut Kotler (2009) dimana tingkat kepuasan konsumen akan terdorong berdasarkan keinginannya untuk membeli dan mengkonsumsi produk atau jasa yang diberikan, sehingga apabila tingkat kualitas pelayanan mampu menyesuaikan kebutuhan dan harapan dari konsumen dapat meningkatkan secara signifikan. Parasuraman, dkk (1988) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan cenderung ditentukan kualitas jasa dan produk yang ditawarkan, terutama dalam sektor pelayanan jasa, yang mana beberapa kepuasan pelanggan digambarkan sebagai penilaian prioritas utama dari kualitas jasa itu sendiri, terutama penilaian prioritas ini akan berfokus pada bidang penyedia jasa seperti perhotelan, transportasi publik, bidang kesehatan, pendidikan dan restoran. Dasar penilaian prioritas inilah yang menjadi fokus utama peneliti tertarik dalam melaksanakan penelitian mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebagai kesatuan dari produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Hasil uji empiris pada penelitian variabel kualitas pelayanan menunjukkan Mean Empiris (ME) sebesar 89,67 dengan Standar

Deviasi Empiris (SDE) 80, dan Standar Deviasi Hipotetik (SDH) sebesar 16, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat yang telah di uji dengan aspek kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati pada subjek penelitian memiliki tingkat kualitas pelayanan sedang .

Hasil uji empiris variabel kepuasan konsumen pada 70 subjek, menunjukkan hasil Mean Empiris (ME) sebesar 90,41 dengan Standar Deviasi Empiris (SDE) sebesar 75, dan Standar Deviasi Hipotetik (SDH) sebesar 15, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek kepuasan konsumen berupa subjektivitas, pengalaman, dan aspirasi yang telah di uji pada subjek penelitian memiliki tingkat kepuasan konsumen tinggi.

Terdapat perbedaan pada hasil wawancara dan observasi pada subjek dengan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dimana variabel kepuasan konsumen yang diperoleh cenderung tingkat tinggi apabila dibandingkan dengan hasil wawancara pada tahap awal penggalian masalah dilapangan. Perbedaan hasil tersebut mengacu pada hasil wawancara kepada sejumlah kalangan anak muda dan keluarga cenderung mengeluhkan pada fasilitas, kenyamanan tempat serta produk sesuai dengan harapan konsumen. Penyebab lain bisa dikarenakan sudah terkenalnya varian produk kopi akulturasi yang tergolong berbeda diantara *coffeeshop* lainnya, disamping harganya tidak terlalu mahal kualitas produk menjadi alasan utama mengapa konsumen sering berkunjung kembali untuk menikmati produk tersebut. Faktor pendukung lainnya dikarenakan kafe tersebut berada

dikawasan pariwisata kota Semarang, yaitu Kota Lama yang dekat dengan pusat kota sehingga konsumen bisa menikmati sajian kopi dan berwisata, ditambah konsep kafe yang mengedepankan sisi antik dan nuansa klasik yang selaras dengan arsitektur sekitarnya hal ini menambah serta mengundang daya tarik konsumen untuk berkunjung.

Besarnya sumbangan efektif dari nilai hasil R^2 penelitian variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah sebesar 11,7%. Hal ini mengungkapkan bahwa masih ada variabel lain yang dengan kepuasan konsumen.

Terdapat hambatan dan kelemahan yang mempengaruhi hasil penelitian ini terjadi karena dipengaruhi oleh berbagai hal, diantaranya adalah :

1. Waktu dan tempat pengerjaan yang terbatas sehingga subjek tidak mampu memberikan pernyataan sesuai dengan kondisi yang dirasakan.
2. Hasil analisis data pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen ternyata berbeda dengan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan sebelumnya, hal ini dikarenakan ketidak-telitian peneliti dalam memilih subjek pada saat proses wawancara dan observasi dengan tujuan menggali masalah yang ada di lapangan, dimana peneliti mewawancarai secara acak pada konsumen.