BAB V

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Uji Asumsi

Setelah didapatkan hasil penelitian yang dibutuhkan, maka langkah pertama yang perlu untuk dilakukan adalah melakukan uji asumsi, agar data yag ada tersebut memenuhi syarat untuk dapat melakukan analisis dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment.* Adapun uji asumsi ini dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya sebuah sebaran item dan hubungan antar variabel tersebut linier atau tidak.

Uji normalitas data yang digunakan ini pada penelitian ini menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*. Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas adalah jika nilai signifikansinya < 0,05, maka distribusi tidak normal. Begitupula sebaliknya jika signifikansinya > 0,05, maka distribusi adalah normal. Adapun hasil perhitungan uji normalitas diperoleh sebagai berikut:

Uji normalitas menggunakan *Kolmogrove-Smirnov Z* pada variabel kualitas pelayanan menunjukan angka 0,792 dengan nilai p sebesar 0,557 (p > 0,05). Hasil perhitungan ini menunjukkan data berdistribusi normal.

Uji normalitas menggunakan *Kolmogrove-Smirnov Z* pada variabel kepuasan konsumen menunjukkan angka 1,191 dengan nilai p sebesar

1,17 (p > 0,05). Hasil perhitungan ini menunjukkan data berdistribusi normal.

Uji linieritas dilakukan terhadap hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Packages For Social Science* (SPSS) *for Windows Release 16.0*.

Hasil uji linieritas menunjukkan korelasi yang linier antara variable kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menunjukan angka 17,002 dengan nilai p sebesar 0,00 (p > 0,05). Hal berarti terdapat hubungan linier antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

Uji hipotesis dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment* . Dari uji hipotesis menunjukan angka 0,461 dengan nilai p sebesar 0,00 (p < 0,01). Ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen dan sebaliknya

B. Pembahasan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya korelasi positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Korelasi positif tersebut berarti semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan swalayan maka kepuasan yang dirasakan konsumen juga tinggi. Hal diatas menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena pada hipotesis awal dijelaskan bahwa ada hubungan positif antara

kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, sesuai dengan data penelitian yang didapatkan.

Hasil hipotesis penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dijelaskan oleh Witrin (2014, h.4) bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, dan biaya. Ada beberapa aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Felix (2017, h.5) mengungkapkan ada beberapa aspek yang memperngaruhi kualitas pelayanan diantaranya : *tangibles* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan empati.

Tangible (bukti langsung), pada penelitian yang dilakukan Nilasari & Istiatin (2015, h.12), aspek *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, kepuasan konsumen tercapai karena kebersihan gedung dan kelengkapan fasilitas yang diberikan perusahaan sudah cukup memadahi sehingga dapat menunjang kebutuhan konsumen

Dalam penelitian yang dilakukan Sasongko & Subagio (2013, h.6) aspek reliability mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang datang. Konsumen merasa puas karena jam operasional sudah sesuai dengan jadwal yang telah dibuat dan perusahaan tidak pernah terlambat atau mendahului dari jam yang sudah ditetapkan.

Dalam penelitian yang dilakukan Sahib (2012, h.70), aspek *responsivness* (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Konsumen puas terhadap daya tanggap dari karyawan yang

bertugas. Karyawan dengan cepat membantu konsumen ketika mengalami kendala. Ketersediaan karyawan juga membuat konsumen merasa puas. Karyawan yang bertugas selalu berada di tempat sesuai dengan *job desk* masing-masing.

Assurance (kepastian), dalam penelitian yang dilakukan Syahbana (2016, h.101) mengungkapkan aspek *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tercipta ketika karyawan yang bertugas bersikap jujur dan sopan dalam melayani setiap konsumen yang datang, sehingga konsumen merasa nyaman selama melakukan kegiatan di swalayan

Dalam penelitian yang dilakukan Sasongko & Subagio (2013, h.6), aspek *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Konsumen merasa puas ketika karyawan yang bertugas mampu memahami keluhan dari konsumen dan mempunyai inisiatif untuk membantu tanpa ada paksaan.

Pada penelitian ini masih terdapat kelemahan dalam pelaksanaan penelitian, yaitu:

1. Beberapa responden terlihat terburu-buru dalam mengisi kuesioner.

2. Menggunakan try out terpakai karena dalam try out terpakai hasil perhitungan juga menyertakan item-item yang gugur. Akibatnya responden terpaksa mengerjakan item yang jumlahnya banyak sehingga ada kemungkinan dalam menjawab kurang berkonsentrasi karena jumlah item yang banyak.