

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu penyedia jasa telekomunikasi yang sudah lama ada di Indonesia adalah PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), Tbk atau yang biasa disebut Telkom Indonesia yang merupakan perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia, Dan saat ini seperti yang kita ketahui PT. Telkom Tbk melakukan inovasi untuk mengeluarkan produk terbarunya dimana PT. Telkom Tbk menyediakan berbagai fasilitas komunikasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam sektor telekomunikasi menyediakan layanan yang beragam (*multi service*) bagi pelanggannya.

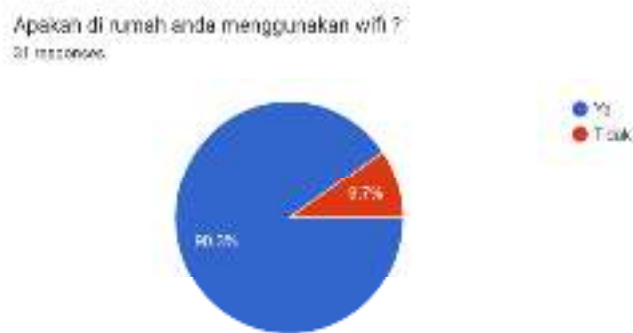
Perkembangan internet sangat dibutuhkan untuk mendukung kebutuhan manusia dalam memperoleh informasi dan mengetahui berita dan peristiwa yang terjadi di dunia. Karena adanya kebutuhan-kebutuhan konsumen mengenai media telekomunikasi ini, berbagai provider mulai mengembangkan layanan internet yang baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pemerintah juga mulai mengadakan pemberian layanan internet berbasis *Wireless* di seluruh Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (PT. Telkom) sebagai salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bidang telekomunikasi kemudian melebarkan usahanya pada bidang telekomunikasi yaitu internet berbasis *WLAN*(*wireless local area network*). Oleh karena itu Wi-Fi dikenal juga dengan cara terhubung dengan Internet menggunakan titik akses (hotspot) terdekat.

Produk unggulan PT Telkom salah satunya adalah wi-fi Indihome yang merupakan layanan internet fiber rumahan dari Telkom. Paket ini merupakan perkembangan dari paket speedy yang terdiri dari layanan televisi kabel dan telpon rumah. Oleh karena itu telkom menyebut layanan ini triple play, karena produk ini mencakup menggunakan layanan internet dengan kecepatan tinggi, TV kabel use TV dan layanan telpon dengan benefit gratis nelpon 1000 menit untuk lokal dan interlocal.

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dibidang komunikasi maka manajemen PT. Telkom menawarkan produk Indihome sebagai salah satu alternatif bagi pemenuhan kebutuhan pelanggan dalam mendapatkan informasi melalui media internet. Ada banyak jenis produk Indihome yang ditawarkan perusahaan dengan berbagai pilihan paket internet Indihome,

sehingga kondisi ini dapat memberikan pilihan bagi pelanggan untuk menentukan jenis paket internet sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan pelanggan.

Dilakukan prasurvey secara random kepada 30 responden di kota Medan menggunakan *G.forms* dan menyebarkan nya secara online menggunakan whatsapp untuk mengetahui “apakah di rumah anda menggunakan wi-fi?” hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada gambar 1.1

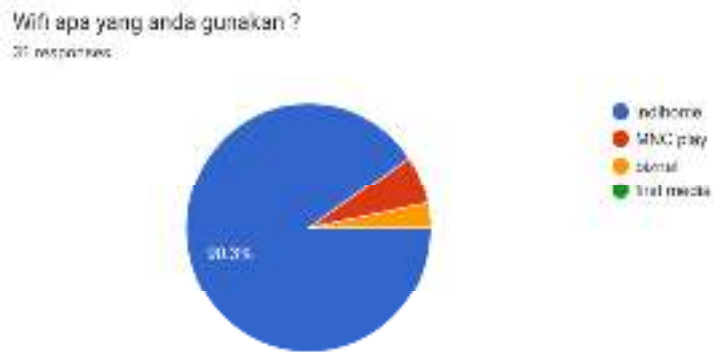


Gambar 1.1 Hasil Pra Survey Apakah Di Rumah Anda Menggunakan Wi-Fi

Sumber: Diolah oleh penulis, 2023

Pada gambar di atas di atas hasil pra survey kepada 30 orang responden menunjukkan bawah 90,3% (27 orang) dirumah nya menggunakan Wi-Fi Indihome) dan 9,7% (3 orang) menjawab tidak menggunakan Wi-Fi Indihome.

Dilakukan prasurvey secara random kepada 30 responden di kota Medan menggunakan *G.forms* dan menyebarkannya secara online menggunakan whatsapp untuk mengetahui “Wi-fi apa yang anda gunakan?” hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada gambar 1.2

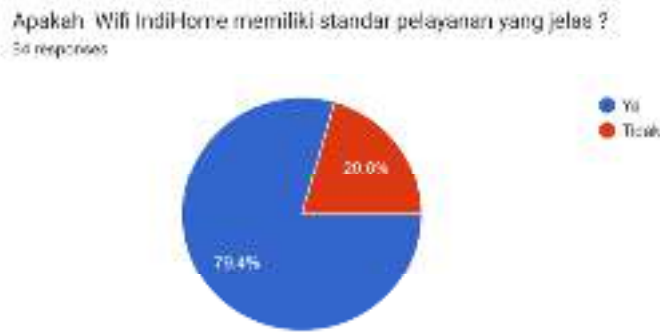


Gambar 1.2 Hasil Pra Survey Wifi Apa Yang Anda Gunakan

Sumber: Diolah oleh penulis,2023

Pada gambar di atas hasil pra survey kepada 31 orang responden menunjukkan 90,3% (28 orang) menggunakan Wi-fi Indihome 6,5% (2orang) menggunakan WI-FI MNC play,3,2 % (1 orang) menggunakan biznet

Dilakukan prasurvey secara random kepada 34 responden di Kota Medan menggunakan *G.forms* dan menyebarkannya secara online menggunakan whatsapp untuk mengetahui “apakah Wi-fi Indihome memiliki pelayanan yang jelas?” hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada gambar 1.3



Gambar 1.3 Hasil Pra Survey Apakah Indihome Memiliki Standar Pelayanan.

Sumber: Diolah oleh penulis,2023

Pada gambar di atas di atas hasil pra survey kepada 34 orang responden menunjukkan 79.4% (27 orang) berpendapat bahwa standar pelayanan Wi-fi Indihome sudah jelas dan 20,6% (7 orang) berpendapat bahwa standar pelayanan Wi-fi Indihome belum jelas.

Dilakukan prasurvey secara random kepada 34 responden di Kota Medan menggunakan *G.forms* dan menyebarkannya secara online menggunakan whatsapp untuk mengetahui “apakah Wi-fi Indihome merespon setiap keluhan pelanggan”? hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada gambar 1.4



Gambar 1.4 Hasil Pra Survey Apakah Wi-fi Indihome Merespon Setiap Keluhan Pelanggan.

Sumber: Diolah oleh penulis,2023

Pada gambar di atas hasil pra survey kepada 34 responden menunjukkan 88,2% (30 orang) merasa keluhan nya di respon Wi-fi Indihome dengan baik. dan 11,8% (4 orang) merasa keluhannya belum di respon dengan baik oleh Wi-Fi Indihome.

Dilakukan prasurvey secara random kepada 34 responden di Kota Medan menggunakan *G.forms* dan menyebarkannya secara online menggunakan whatsapp untuk mengetahui “Apakah petugas Wi-fi Indihome meberikan jaminan tepat waktu dalam melayani pelanggan”? hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada gambar 1.4

Apakah petugas Wifi Indihome memberikan jaminan tepat waktu dalam melayani pelanggan?  
34 responses



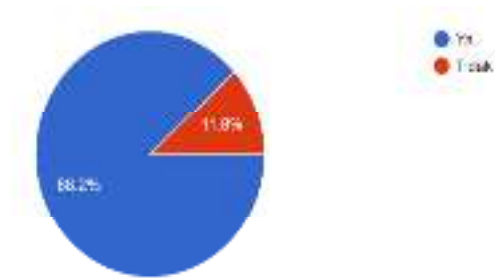
Gambar 1.5 Hasil pra survey Apakah petugas wi-fi indihome memberikan jaminan tepat waktu dalam melayani pelanggan.

Sumber: Diolah oleh penulis,2023

Pada gambar diatas hasil pra survey kepada 34 orang respnden menunjukkan 76,5 % (26 orang) berpendapat bahwa petugas Wi-fi Indihome memberikan jaminan tepat waktu dalam melayani pelanggan dan 23,5% (8 orang) berpendapat bahwa petugas Wi-fi Indihome belum memberikan jaminan tepat waktu dalam melayani pelanggan.

Dilakukan prasurvey secara random kepada 34 responden di Kota Medan menggunakan *G.forms* dan menyebarkannya secara online menggunakan whatsapp untuk mengetahui “Apakah epetugas Wi-fi Indihome mendahulukan kepentingan pelanggan”? hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada gambar 1.6

Apakah petugas Wifi IndiHome mendahulukan kepentingan pelanggan ?  
34 responses



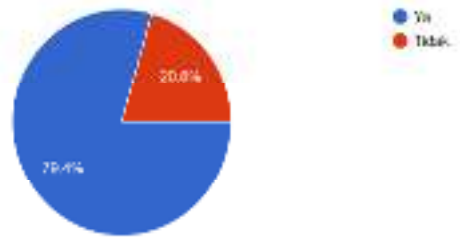
Gambar 1.6 Hasil Pra Survey Apakah Petugas Wi-fi Indihome Mendahulukan Kepentingan Pelanggan

Sumber: Diolah oleh penulis,2023

Pada gambar di atas hasil pra survey kepada 34 orang responden menunjukkan 88.2% (30 orang) bahwa petugas Wi-Fi Indihome mendahulukan kepentingan pelanggan dan 11,8% (4 orang) bahwa petugas Wi-fi Indihome belum mendahulukan kepentingan pelanggan.

Dilakukan prasurvey secara random kepada 34 responden di Kota Medan menggunakan *G.forms* dan menyebarkannya secara online menggunakan whatsapp untuk mengetahui “apakah pelanggan mudah dalam mengakses permohonan pelayanan Wi-Fi Indihome”? hasil penyebaran kuesioner dapat dilihat pada gambar 1.7

Apakah pelanggan mudah dalam mengakses permohonan pelayanan di Wifi IndiHome ?  
34 responses



Gambar 1.7 Hasil Pra Survey Apakah Pelanggan Mudah Dalam Mengakses Permohonan Pelayanan di Wi-Fi Indihome.

Sumber: Diolah oleh penulis,2023

Pada gambar di atas di atas hasil pra survey kepada 34 orang responden menunjukkan 79.4% (27 orang) bahwa pelanggan mudah dalam mengakses permohonan pelayanan di Wi-fi Indihome dan 20,6% (7 orang) berpendapat bahwa pelanggan tidak mudah dalam mengakses permohonan pelayanan Wi-Fi Indihome.

Kepuasan pelanggan bisa dilihat dari definisi yang diberikan oleh seorang ahli Menurut Kotler dan Keller, kepuasan pelanggan lebih mengarah pada perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan apa yang mereka harapkan. Dari pendapat tersebut, maka dapat di simpulkan jika pelanggan merasa puas maka kemungkinannya pelanggan ini akan bertahan dengan produk Anda dalam waktu lama. Begitu pula sebaliknya.

Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu tolok ukur keberhasilan yang juga berdampak pada tingkat penjualan, hingga proses transaksi pembayarannya. Tentu saja pelanggan tidak ingin menunggu terlalu lama dan membuang waktu mereka, maka kuncinya adalah berikan layanan dan kemudahan bagi pelanggan.

Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya, Manusia merupakan faktor terpenting dalam aspek pelayanan karena manusia itu sendiri cenderung memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda-beda. Untuk dapat memenuhi apa yang diinginkan pelanggan senantiasa perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan lebih baik lagi, serta dapat menunjang apa yang diharapkan oleh pelanggan. Karena



dengan pelayanan yang baik, ramah serta memenuhi apa yang diinginkan pelanggan, perusahaan dapat mengetahui karakteristik dari masing-masing pelanggan yang menginginkan sesuatu yang lebih dari yang diharapkan.

Dalam mengamati kepuasan, banyak perusahaan yang secara sistematis mengukur seberapa baik perusahaan tersebut memperlakukan pelanggan mereka seperti mengenali faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah memberi kepuasan terhadap pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan senantiasa memperbaharui produk lama. Pada masa sekarang ini, kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi pelanggan.

Memberikan pelayanan yang berkualitas dengan mutu yang baik dapat memberikan nilai kepuasan lebih terhadap pelanggan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik dan memuaskan. Kepuasan dapat membentuk persepsi dan hal ini akan memosisikan produk atau jasa perusahaan dimata pelanggannya. Hal tersebut penting karena sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan pada tingkat yang lebih optimal.

Kualitas layanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* (Lupiyoadi, 2012). Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain.

Menurut Palilati (2017), kualitas pelayanan dan kepuasan tidak akan berhenti pada satu titik, namun akan bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan layanannya dengan harapan-harapan berkembang di benak pelanggannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ichsan Dwi Armanto (2018) judul penelitian pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play. tujuan penelitian

untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari hasil penelitian di peroleh bawah Bukti fisik (*Tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Keandalan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Daya tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Jaminan (*Assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Empati (*Empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Widdy Kurnia Rahmadhani (2016) judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa internet (nethostdayeuh kolot bandung) tujuan penelitian untuk mengetahui ppengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hasil dari penelitian hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan masuk dalam kategori baik, kualitas pelayanannya yang terdiri dari fariabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik. Secara bersama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa internet nethost.

Penelitian yang dilakukan oleh Dzukron, (2017) judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Firts Media di Indonesia (studi kasus Layanan Triple Play di Pulau Jawa). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hasil penelitian di peroleh bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini, penulis bertujuan mengidentifikasi dan menganalisa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, keluhan-keluhan pelanggan pengguna Wi-fi Id, serta menerapkan konsep kualitas pelayanan untuk mengetahui perbandingan antara persepsi pelanggan mengenai layanan Wi-fi serta kenyataan yang mereka dapatkan dari layanan sehingga dapat diperoleh apakah layanan Wi-fi Indihome bisa dikatakan bermutu atau harus diperbaiki.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan maka peneliti memberi judul “**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WI-FI INDIHOME DI KOTA MEDAN**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Keandalan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan?
2. Bagaimana Daya Tanggap Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan?
3. Bagaimana Jaminan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan?
4. Bagaimana Empati Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan?
5. Bagaimana Bukti Fisik Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan?
6. Bagaimana Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik Berpengaruh Secara bersama Sama Terhadap Kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome di kota medan ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

## **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, memberikan bukti empiris dan pemahaman tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wi-Fi Indihome Di Kota Medan. penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Universitas HKBP Nommensen**

Agar dapat dijadikan masukan atau bahan rujukan oleh mahasiswa yang akan meneliti dan mengembangkan topik yang serupa di kemudian hari.

### **b. Bagi Objek.**

Agar perusahaan indihome dapat memperhatikan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Wi-Fi Indihome Di Kota Medan.

### **c. Bagi Peneliti**

Untuk menambah informasi pengetahuan serta pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kualitas Pelayanan**

##### **2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2017) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bawah kualitas merupakan suatu kondisi yang menjadi ukuran suatu produk baik barang maupun jasa atau proses yang terjadi dalam memenuhi harapan penggunaanya. Banyaknya definisi akan membuat orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampainnya saja terdapat pada elemen berikut :

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi harapan pelanggan
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kualitas memiliki banyak kriteria yang berubah secara terus menerus. Orang yang berbeda akan menilai dengan dengan kriteria yang berlainan pula, akan sulit mendefinisikan

dengan tepat. keunggulan atau keistimewaan produk dapat diukur melalui kepuasan pelanggan atau di berikan lebih rendah dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan perusahaan buruk .

### **2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan agar dapat menyediakan layanan yang melebihi standart menurut Utami (2016:263-264) adalah :

#### **1. Memberi Informasi Dan Pelatihan**

Penyedia jasa harus memahami barang dagangan yang ditawarkan, maupun kebutuhan pelanggan sehingga dengan informasi ini karyawan dapat menjawab pertanyaan dan menyarankan produk ke pelanggan.

#### **2. Menyediakan Dukungan Emosional**

Penyedia jasa mempunyai pendukung untuk menyampaikan layanan yang diinginkan oleh pelanggan.

#### **3. Meningkatkan Komunikasi Internal Dan Menyediakan Pendukung** Ketika melayani pelanggan, karyawan harus mengatur konflik antara kebutuhan pelanggan dan kebutuhan perusahaan. Ketika pelayan yang bertanggung jawab diberi untuk menyediakan layanan diberikan hak untuk membuat keputusan penting, biasanya kualitas layanannya justru meningkat.

#### **4. Menyediakan Komisi**

Memberikan komisi untuk target penjualan dalam memotivasi karyawan, komisi ini dapat memotivasi tingginya kualitas layanan.

#### **5. Faktor Internal**

Setiap orang berbeda-beda kepribadiannya, kemampuannya dan perilakunya.

#### **6. Faktor Situasional**

perilaku yang muncul dalam setiap pelanggan, kompleksitas tugas, serta kondisi fisik dan mental karyawan.

### **2.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono 2017 terdapat lima indikator utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan perusahaan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan ke sopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

## **2.2 Pengertian Keandalan**

Menurut Zeithaml (2013) keandalan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Dalam hal ini, Seorang marketing dituntut agar memberikan produk/pelayanan yang handal. Produk/pelayanan jangan sampai mengalami kerusakan. Para karyawan suatu perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga konsumen tidak merasa ditipu.

### **2.2.1 Indikator Keandalan**

Terdapat Indikator Keandalan Menurut Zeithaml (2013)

1. Kecermataan Petugas Dalam Melayani Pelanggan

Adalah kecermatan atau ketelitian pegawai sangat diperlukan agar tidak terjadi kesalahan dalam melayani pengguna pelayanan.

2. Memiliki Standar Pelayanan Yang Jelas

adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan teratur.

3. Kemampuan Menggunakan Alat Bantu Pelayanan

Adalah kemampuan pegawai pelayanan dalam menggunakan alat bantu yang tersedia sangat dibutuhkan agar memudahkan pengguna layanan agar pelayanan berjalan dengan lancar.

4. Keahlian petugas menggunakan alat bantu

Adalah keahlian berarti sudah lebih mampu dalam menguasai. keahlian merupakan sesuatu yang harus dimiliki pegawai dalam proses pelayanan berjalan dengan lancar

### **2.3 Pengertian Daya Tanggap**

Menurut Zeithaml (2014) Daya tanggap yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.

#### **2.3.1 Indikator Daya Tanggap**

Terdapat indikator daya tanggap menurut Zeithaml (2014).

1. Merespon setiap pelanggan/permohon yang ingin mendapatkan pelayanan



Adalah merespon berarti tanggap. Sikap respon ini dibutuhkan agar pengguna layanan merasa senang dan merasa dihargai. Ketika pegawai layanan dapat memberikan sikap respon kepada pengguna layanan.

2. Petugas/operatur melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat

Adalah Pengguna layanan akan merasa senang ketika pengguna layanan mengerjakan keperluan pengguna layanan dengan cepat dan tepat. Tepat di sini dapat diartikan pegawai memberikan layanan sesuai dengan keperluan pengguna layanan.

3. Petugas/operatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat

Adalah Jika pekerjaan dilakukan dan dikerjakan dengan tepat waktu maka tidak akan membuat pengguna layanan menunggu terlalu lama. Waktu yang tepat di sini dapat diartikan sesuai dengan standar pelayanan publik yang sudah dibuat oleh masing-masing penyedia semua layanan.

4. Merespon keluhan pelanggan

Adalah Setiap penyedia layanan wajib untuk merespon dan menanggapi keluhan pelanggan. Biasanya keluhan terjadi jika petugas layanan tidak melaksanakan proses pelayanan dengan baik.

## **2.4 Pengertian Jaminan**

Menurut Tjiptono (2017) jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Sedangkan Menurut Supriyanto dan Ernawaty (2010:302) jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan pemberi jasa untuk menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.

### **2.4.1 Indikator Jaminan**

Indikator jaminan diungkapkan oleh Tjiptono (2017) yang terdiri dari tiga indikator yaitu:

1. jaminan tepat waktu pelayanan,

Adalah Jaminan tepat waktu sangat diperlukan oleh pengguna layanan agar pengguna layanan merasa yakin dengan waktu yang diberikan oleh penyedia layanan.

2. jaminan biaya dalam pelayanan

Jaminan kepastian biaya biasanya ada pada standar pelayanan publik masing-masing penyedia pelayanan

3. kemampuan

adalah kemudahan dan kecepatan perbaikan dan pelayanan serta kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.

## **2.5 Pengertian Empati**

Menurut Zeithaml (2014). Empati (*empathy*) adalah adanya kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para pelanggannya. Aspek empati dalam menjalankan perusahaan jasa menjadi hal yang sangat penting, karena antara produksi dan penyajiannya terhadap pelanggan berjalan secara langsung.

### **2.5.1 Indikator Empati**

Terdapat empat indikator Empati menurut Zeithaml (2014) yaitu sebagai berikut:

1. Memudahkan Pemohon Atau Pelanggan

Pengguna layanan merupakan prioritas dalam proses pelayanan. Sebagai pegawai pelayanan sebaiknya mendahulukan kepentingan pengguna layanan dari pada kepentingan yang bersifat pribadi.

2. Petugas Melayani Dengan Sikap Sopan Dan Santun

Adalah keramahan dan kesopanan pegawai sangat diperlukan dalam proses pelayanan agar pengguna layanan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan khususnya pegawai pelayanan, pengguna layanan akan merasa sangat dihargai Ketika pegawai pelayanan bersikap ramah dan sopan santun.

3. Tidak Diskrimatif (Membeda Bedakan)

Adalah Dalam melayani pengguna layanan, pegawai tidak boleh membeda-bedakan pengguna layanan yang akan mengurus keperluannya di kantor pelayanan. Semua harus dilayani sesuai dengan nomor antrian yang disediakan

4. Melayani dan Menghargai Setiap Pelanggan.

Sikap menghargai dalam melayani hampir sama dengan sikap sopan santun. Sikap menghargai dapat dilakukan dengan menyapa serta tersenyum dengan pengguna layanan, menanyakan keperluan pengguna layanan, memberikan penjelasan yang berkaitan dengan keperluan pengguna layanan dan berusaha agar kebutuhan pengguna layanan dapat terpenuhi

## **2.6 Pengertian Bukti Fisik**

Menurut Zeithaml (2013) mendefinisikan bukti fisik adalah lingkungan dimana jasa disampaikan, perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi dari jasa. Rambat Lupiyoadi (2013:92) mendefinisikan bukti fisik sebagai berikut, Bukti atau lingkungan fisik perusahaan (*physical evidence*) adalah tempat jasa diciptakan, tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut.

### **2.6.1 Indikator Bukti Fisik**

Menurut Zeithaml (2013) dan Bitner Terdapat enam indikator mengenai bukti fisik

1. Kelengkapan fasilitas fisik

Adalah segala sesuatu yang berupa benda atau yang dapat dibendakan, yang mempunyai peranan dapat memudahkan dan melancarkan pelayanan.

2. Kelengkapan peralatan

dalah barang-barang yang dimiliki perusahaan yang bersifat habis dipakai ataupun bisa dipakai berulang-ulang yang bentuknya relatif kecil dan pada umumnya bertujuan untuk melengkapi kebutuhan bisnis perusahaan.

## **2.7 Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2017) kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian, sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016:177) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Ketika pelanggan merasa puas akan jasa yang ditawarkan maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberi tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka pelanggan akan merasa kecewa.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pemakaian jasa. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia memakai jasa, atau setelah ia memakai jasa tersebut.

### **2.7.1 Faktor - Faktor Kepuasan Pelanggan**

Menurut Indrasari (NS Ramadhini, 2022) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut

### **2.7.2 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (Ramenusa, 2013) terdapat tiga indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan  
yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain

yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

3. Puas atas kualitas pelayanan yang sudah disarankan adalah ukuran yang menentukan seberapa baik produk atau layanan perusahaan memenuhi harapan pelanggan.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini. Berikut hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini yang di sajikan dalam tabel 2.1

**Table 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti Terdahulu	Judul Penelitian	Variable	Hasil Penelitian
1	(Armanto, 2018)	Pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan indihome triple play (Denpasar)	Buktifisik(X1), keandalan(X2), dayatanggap(X), jaminan(X4), empati(X5), kepuasan pelanggan (y)	Hasil penelitian ini adalah ditemukan bahwa dimensi kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	Faroh Fasilah (2021)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Indihome (Survei Pada Pelanggan Layanan Indihome	Kualitas Produk(X1), kualitas Pelayanan(X2), kepuasan Pelanggan (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun

		Di Sto Telkom Majalaya, Kab.Bandung, Jawa Barat)		parisal.
3	Widdy Kurnia Ramdhani (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa internet (nethost dayeuh kolot bandung )	Bukti fisik(X1) kehandalan(X2) daya tanggap(X3) jaminan (X4) empati(X5) kepuasan pelanggan (Y)	hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan masuk dalam kategori baik. Kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Fisik (X1), Kehandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Internet Nethost.
4	(Sholihin, 2019)	Pengaruh 5 Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Joglo Suminar Batik Kediri.)	Bukti fisik(X1) kehandalan(X2) daya tanggap (X3) jaminan (X4) empati(X5) kepuasan pelanggan (Y)	Hasil penelitian , Terdapat pengaruh yang signifikan antara 5 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari wujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan.
5	Dzukron Hamidan Nasution (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media Di Indonesia (Study Kasus	Buktifisik(X1), keandalan(X2), dayatanggap(X), jaminan(X4), empati(X5), kepuasan	Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Maka dengan demikian dapat di ambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Kualitas

		Layanan Triple Play Di Pulau Jawa)	pelanggan (y)	Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Indonesia dalam Layanan Triple Play dengan jumlah pengaruh sebesar 47,2% sedangkan sisanya sebesar 52,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini
--	--	------------------------------------	---------------	--

Sumber :Diolah Oleh Penulis, (2023)

## 2.9 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang ada kaitanya dengan beberapa faktor yang di defenisikan sebagai masalah defenisi sebagai masalah penting. Kerangka berpikir mampu menjelaskan secara teoritis sekaligus juga bisa menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

### 2.9.1 Pengaruh kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Armanto (2018) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terdapat kepuasan pelanggan Indihometriple play hasil penelitian tersebut menunjukkan kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut

### 2.9.2 Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh Faroh Fasilah (2021) mengenai kualitas layanan, hasil penelitian tersebut menunjukkan daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan, terhadap kepuasan pelanggan, Daya Tanggap Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut

### 2.9.3 Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

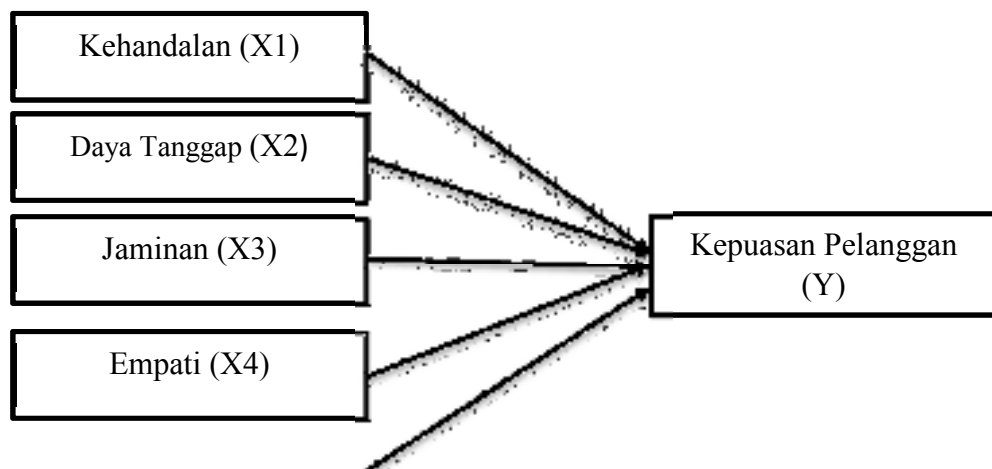
Penelitian yang dilakukan oleh Widdy Kurnia Rahmadani (2016) mengenai kualitas layanan, hasil peneltian tersebut menunjukkan jaminan berpengaruh simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. maka diperoleh hipotesis sebagai berikut.

#### **2.9.4 Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian yang dilakukan oleh Dzukron Hamidan Nasution (2017) mengenai kualitas payanan, hasil peneltian tersebut menunjukkan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. maka diperoleh hipotesis sebagai berikut.

#### **2.9.5 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian yang dilakukan oleh sholihin (2019) mengenai kualitas payanan, hasil peneltian tersebut menunjukkan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. maka diperoleh hipotesis sebagai berikut.





Bukti fisik (X5)

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**

### **2.10 Hipotesis**

1. Keandalan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan
3. Jaminan (*Assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan
4. Empati (*Empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan.
5. Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan Wi-fi Indihome Di Kota Medan.
6. keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik berpengaruh secara bersama sama terhadap kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian kuantitatif, Menurut Sugiyono (2021:02) pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Menurut Sugiyono (2021:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positisme, digunakan untuk

meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampelnya dilakukan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data digunakan dalam instrument penelitian.

### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan untuk meneliti kepuasan pelanggan Wi-fi Indihome di Kota Medan, waktu penelitian ini dimulai dari bulan juni 2023 sampai dengan selesai.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2021:116) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah Masyarakat Kota Medan yang menggunakan Wi-fi Indihome di Kota Medan.

#### **3.3.2 Sampel**

Menurut Sugiyono, (2021:127) “sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer. data yang diperoleh melalui survey lapangan yang diperoleh langsung dari responden melalui alat kuesioner. menurut Hair *et al* (2017) jumlah minimal sampel yang sebaiknya dipakai adalah 5 kali dari jumlah seluruh variabel laten pada medel jalur atau 5 kali dari jumlah indikator, dalam penelitian ini jumlah indikator sebanyak 28 yang dikali 5, maka dapat hasilnya 140 responden.

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 20 \times 5 \\ &= 100 \text{ Orang responden} \end{aligned}$$

Jadi dari perhitungan diatas, didapatkan jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebesar 100 responden masyarakat Kota Medan yang menggunakan Wi-fi Indihome.

### **3.4 Teknik Sampling**

*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penentuan sampling peneliti menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2021:67) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode sampling purposive digunakan karena elemen elemen yang dipilih menjadi unit sample dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti. Adapun yang menjadi kriteria dalam pengambilan sampel adalah dengan kategori sebagai berikut :

1. Pelanggan Wifi Indihome Di Kota Medan
2. Pelanggan Wifi Indihome Minimal 6 Bulan

### **3.5 Jenis Data Penelitian**

#### **3.5.1 Data Primer**

Primer adalah sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa kuesioner atau jejak pendapatan dari individua tau kelompok orang, maupun hasil observasi dari satu objek. dimana penelitian membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (*metode survei*) atau penelitian dengan (*metode observasi*).

#### **3.5.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip yang baik dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data informasi yang mendukung guna membahas masalah penulis menggunakan Teknik pengumpulan data yaitu, kuisioner (*questionari*). Menurut Sugiyono (2013) Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

tau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, pengumpulan data responden diperoleh dari penyebaran kuesioner online dengan *google form*.

### 3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert Menurut Sugiyono (2021: 146), dimana skala likert, likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa instrumen atau pertanyaan. Pada tabel 3.1 berikut ukuran dari setiap skor.

**Table 3.1  
Instrument Skala Likert**

Pernyataan	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu ragu (RR)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber :Sugiyono, (2021:174)

### 3.8 Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38) definisi operasional adalah penentuan kontrak atau sifat yang akan di pelajari sehingga menjadi variabel penelitian dalam penelitian ini di sajikan pada table 3.2 berikut ini.

**Tabel 3.2  
Variabel dan Indikator**

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
----------	----------------------	-----------	-------

<p>Kehandalan (X1)</p>	<p>Menurut Zeithaml (2013) keandalan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang tepat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Dalam hal ini, Seorang marketing dituntut agar memberikan produk/pelayanan yang anda.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecermataan petugas dalam melayani pelanggan</li> <li>2. Memiliki standar pelayanan yang jelas</li> <li>3. Kemampuan menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan</li> <li>4. Keahlian petugas menggunakan alat bantu</li> </ol>	<p>Skala likert</p>
<p>Daya tanggap (X2)</p>	<p>Daya tanggap adalah sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan</li> <li>2. Petugas/aperatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat</li> <li>3. Petugas/aperatur melakukan pelayanan dengan waktu yang cepat</li> <li>4. Merespon setiap keluhan pelanggan.</li> </ol>	<p>Skala likert</p>
<p>Jaminan (X3)</p>	<p>Menurut Tjiptono (2017:137) Jaminan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. jaminan tepat waktu pelayanan</li> <li>2. jaminan biaya dalam pelayanan</li> <li>3. kemampuan</li> </ol>	<p>Skala likert</p>
<p>Empati (X4)</p>	<p>Menurut Zeithaml et al., (2014). Empati (empathy) adalah adanya kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memudahkan pemohon atau pelanggan</li> <li>2. Petugas melayani dengan sikap sopan dan santun</li> <li>3. Petugas melayani dengan tidak diskrimatif (membeda bedakan) dan,</li> <li>4. melayani dan menghargai</li> </ol>	<p>Skala likert</p>

	kebutuhan para pelanggannya	setiap pelanggan.	
Bukti fisik (X5)	bukti fisik adalah lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen berwujud yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi dari jasa.	1. Kelengkapan fasilitas fisik 2. Kelengkapan peralatan	Skala likert
Kepuasan pelanggan (Y)	menurut Tjiptono (2019:76), kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.	1. Pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan 2. Kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain 3. Puas atas kualitas pelayanan yang sudah disarankan	Skala likert

### 3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.9.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012) validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur pengujian valid atau tidak valid suatu item atau butir pertanyaan yang terdapat pada kusioner, dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dengan menggunakan program SPSS.

#### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama dan di berikan dalam waktu yang berbeda. Reliabilitas ataupun keterandalan ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau

diandalkan. *Alfa Cronbach* adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Nilai konstanta *Alfa Cronbach* adalah 0,60 maka jika instrumen tersebut nilainya  $>0,60$  dinyatakan reliable

### **3.10 Uji Asumsi Klasik**

Pada saat melakukan Analisis Regresi Berganda, maka perlu dipenuhi beberapa asumsi, dan uji heteroskedastisitas. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### **3.10.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan.

Pada uji normalitas data dapat dilakukan secara menggunakan uji one sample *kolmogorov smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji one sample *kolmogorov smirnov* menghasilkan nilai signifikansi di bawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

#### **3.10.2 Uji Multikolinearitas**

Pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen.

Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (*VIF*). Nilai Tolerance mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih dan yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance rendah sama dengan *VIF* tinggi, dikarenakan  $VIF=1/tolerance$ , dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai *VIF* diatas angka 10.

### **3.10.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu *SRESID* dengan residual error yaitu *ZPRED*. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas.

### **3.11 Metode Analisis Data**

Kegunaan metode analisis data pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik). juga untuk memperoleh hasil yang lebih terarah menggunakan bantuan perangkat lunak software SPSS (*Statistical Packpage for the Social Scieences*).

#### **3.11.1 Metode Analisis Deskriptif**

Menurut Sugiyono (2014:21) metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pada statistik deskriptif digunakan cara-cara penyajian data dengan tabel atau distribusi frekuensi, grafik garis atau batang, diagram lingkaran, pictogram, penjelasan kelompok melalui modus, mean, median, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku. Dalam statistik deskriptif data yang terkumpul juga di analisis dengan perhitungan rata-rata dan persentase, sehingga dapat menggambarkan berapa rata-rata dari data yang diamati, jumlah nilai tertinggi dari data yang diamati, terendah dari data yang diamati, dan mengetahui variabelitas dari penyimpangan terhadap nilai rata-rata.

#### **3.11.2 Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Pada penelitian ini metode yang digunakan oleh penelitian adalah persamaan regresi linier berganda



Bentuk umum :

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

Dimana Y=kepuasan pelanggan

a= Konstanta

X1=kehandalan

X2=daya tanggap

X3=jaminan

X4=empati

X5=bukti fisik

b1, b2, b3, b4, b5= Koefisien Regresi variabel

e= Standar *Error*

### 3.12 Uji Hipotesis

#### 3.12.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk menguji koefisien regresi ini penulis menggunakan alat bantu software SPSS *FOR Windows*.  $H_0: b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$  Artinya variabel buktifisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan  $H_1: b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 > 0$ , Artinya variabel, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan .

#### 3.12.2 Uji Simultan (Uji -F)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah semua variabel X (Independen) secara bersama-sama mempengaruhi variabel Y (*Dependen*). Uji F ini dilakukan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama variabel-variabel bebas yaitu: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap variabel terkait yaitu kepuasan pelanggan. Untuk menguji koefisien regresi ini penulis menggunakan alat bantu *software SPSS FOR Windows*.

$H_0: b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = 0$ , Artinya secara serentak tidak terdapat pengaruh signifikan dari Variabel, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

$H_0: b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 \neq 0$  (salah satu dari  $b_1$  atau  $b_2$  tidak sama nol)

Artinya secara bersamaan terdapat pengaruh signifikan dari variabel, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$  dengan kriteria keputusan adalah:

a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.

b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$   $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

Uji F juga dilihat pada tingkat signifikannya:

1. Jika tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak.
2. Jika tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

### 3.12.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh dari variabel independen (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menentukan persentase total variasi dalam variabel terkait yang diterangkan oleh variabel bebas. Nilai koefisien diterima berkisar antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel tidak bebas terbatas. Jika nilai koefisien determinasi yang mendekati 1 berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variasi pada variabel tidak bebas. Dalam hal mempermudah pengolahan data maka pengujian di atas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS.

