

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro

Reza Anggapratama¹, Dwi Irnawati²,

¹Universitas Bojonegoro, e-mail: reza@unigoro.ac.id

²Universitas Bojonegoro, e-mail: irna@unigoro.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
24-03-2023

Direvisi:
12-05-2023

Diterima:
24-05-2023

ABSTRACT

Indomaret Raya branch Lettu Suyitno Bojonegoro is part of the fast-growing retail business. Jalan Raya Lettu Suyitno in Bojonegoro Regency, East Java Province, is where the business is located. This study aimed to determine the attributes that significantly influence customer satisfaction and the level of service quality provided by the Indomaret Raya Lettu Suyitno Bojonegoro branch on customer satisfaction. Businesses today are facing increasingly intense competition to increase customer loyalty. This type of research is known as correlational research because it aims to find or assess relationships between variables. Because each respondent's response to this research is calculated using a Likert scale useful for data analysis, a scoring method is needed. A quantitative research method was used for this research. The t-test returns a positive result of 0.000. The hypothesis that the service quality of Indomaret Raya branch Lettu Suyitno Bojonegoro is related to customer satisfaction can be accepted. The link between administrative quality and consumer loyalty is essential at 53.80%, with different elements influencing the remaining 46.2%. At the Indomaret Raya branch, Lettu Suyitno Bojonegoro, the influence of research variables on customer satisfaction is 73.30%, and the coefficient of determination (R²) is R = 0.733. The Adjusted R Square value of 0.538 shows that service at the Indomaret Raya branch of Lettu Suyitno Bojonegoro significantly and partially positively affects customer satisfaction. It shows a very convenient relationship between factors. External factors influence the rest.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction; Factor Service; Indomaret

ABSTRAK

Indomaret cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro yaitu bagian jenis usaha retail yang bertumbuh pesat. Jalan Raya Lettu Suyitno di Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur, merupakan tempat usaha tersebut berada. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Indomaret Raya cabang Lettu Suyitno Bojonegoro terhadap kepuasan pelanggan. Bisnis saat ini menghadapi peningkatan persaingan yang ketat untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini dikenal dengan penelitian korelasional karena bertujuan untuk menemukan atau menilai hubungan antarvariabel. Karena setiap tanggapan responden untuk penelitian ini dihitung melalui menggunakan skala Likert yang berguna bagi analisis data, maka diperlukan metode skoring. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk penelitian ini. Uji t mengembalikan hasil positif 0,000. Hipotesis bahwa kualitas pelayanan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro berhubungan dengan kepuasan pelanggan dapat diterima. Keterkaitan antara kualitas administrasi dan loyalitas konsumen sangat penting sebesar 53,80%, dengan elemen yang berbeda mempengaruhi sisanya sebesar 46,2%. Di Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro pengaruh variabel penelitian dengan kepuasan pelanggan senilai 73,30%, serta koefisien determinasi (R²) sebesar R = 0,733. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,538 memperlihatkan bahwa pelayanan di Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro berpengaruh signifikan serta positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan hubungan yang kuat antarfaktor. Selebihnya, dipengaruhi oleh faktor luar.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Indomaret

Corresponding Author : Reza Anggapratama, Jl. Lettu Suyitno No.2, Glendeng, Kalirejo, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62119, e-mail: reza@unigoro.ac.id

PENDAHULUAN

Globalisasi ekonomi telah memberikan dampak nasional dan internasional yang begitu signifikan (Anggapratama & Irnawati, 2023). Semuanya berubah akibat globalisasi ekonomi, termasuk pemasaran saat ini (Handika & Darma, 2018). Pemasaran sangat bergantung pada kepuasan pelanggan. Jika tidak, ketidakpuasan pelanggan dengan pemberian layanan dapat mengakibatkan kebangkrutan perusahaan. Pelanggan harus dijaga dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin. Ada minat yang tumbuh dalam kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan di pasar saat ini. Meningkatnya jumlah bisnis terkadang menyiratkan apa yang terjadi antar bisnis semakin sulit (Anggapratama dan Irnawati, 2022).

Layanan sangat penting bagi kehidupan manusia dan komunitas secara keseluruhan. Pada umumnya layanan masih dirasakan belum optimal misalnya lambat, mahal, dan membosankan sehingga masyarakat selalu menuntut layanan yang berkualitas tinggi. Kualitas layanan mengarah kepada urutan keunggulan layanan untuk mencukupi keperluan konsumen (Pratama & Sulisworo, 2018). Kualitas layanan yang baik adalah salah satu strategi yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk bersaing dengan sukses (Hotimah & Simatupang, 2019).

Pada umumnya, kualitas layanan adalah cara di mana perusahaan berupaya untuk memenuhi kebutuhan klien dengan baik. Karena kedua relevansi tersebut mengungkapkan kepuasan pelanggan, maka bisa dijelaskan bahwa mengetahui kualitas pelayanan adalah mengetahui kepuasan pelanggan. Standar kualitas layanan yang harus dipenuhi oleh individu, kelompok, atau lembaga dalam hal kemampuan manusia, metode pekerjaan, cara, hasil pekerjaan, atau hasil buatan atau layanan. Menurut Naibaho (2013), kualitas adalah pemenuhan pemangku kepentingan internal dan eksternal dalam hal memuaskan kebutuhan masyarakat dan pelanggan secara maksimal.

Persaingan semakin sulit, terutama dalam bisnis ritel di mana banyak pembuat dikaitkan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pembeli. Para pelaku usaha di bidang ritel harus mampu menyusun strategi yang tepat dan jitu supaya bisa berkompetisi di lapangan yang bertambah kompetitif ini seiring dengan semakin banyaknya bisnis ritel yang berkembang (Iswanto, 2022). Semua pelaku usaha di bidang ritel menganggap loyalitas konsumen tujuan utama mereka dan memberi klien dipandang sebagai kunci fundamental demi memenangkan kompetisi. Menawarkan barang dan jasa melalui harga kompetitif menciptakan nilai serta kepuasan pelanggan (Lukman, 2005).

Kotler (2007), menjelaskan kepuasan pelanggan sebagai perasaan bahagia atau sedih seseorang sesudah membandingkan kemampuan suatu produk dengan kemampuan atau buatan yang diinginkan bagi pelanggan yang telah membeli atau menggunakan suatu produk dari suatu perusahaan. Memuaskan pelanggan adalah istilah yang luas. Tiptono (2008), menegaskan bahwa ketika hasil jauh dari harapan, pelanggan menjadi tidak puas. Ketika pengganti yang ditentukan setidaknya mengisi atau melebihi cita-cita pelanggan, kepuasan pelanggan diukur. Kepuasan pelanggan dipengaruhi sama lima aspek kualitas pelayanan menurut Anindito dan Idris (2019), yaitu kesopanan staf, jaminan produk, ketergantungan penjual, pilihan produk yang ditawarkan lebih luas, dan label harga.

Kepuasan pelanggan dengan administrasi adalah perhitungan penting yang mendorong kerangka pengiriman bantuan yang menangani masalah klien. Guna mengasihkan pelayanan yang lebih bagus, efektif, dan efisien, pengukuran kepuasan pelanggan ialah komponen yang sangat penting. Kepuasan pelanggan mungkin ialah faktor utama yang dipromosikan, jika pelanggan tidak terpenuhi, bisnis akan gagal (Artha dan Seminari, 2019). Jika pelanggan tidak senang dengan bantuan yang diberikan, bantuan tersebut pasti tidak efektif dan meyakinkan. Ketika kinerja mengisi atau melebihi cita-cita, kepuasan pelanggan merupakan bentuk

pertimbangan sifat produk dan layanan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan (Sambodo, 2021).

Kepuasan pelanggan ialah jenjang pandangan pelanggan ketika mereka menandingkan kemampuan yang dipandang dengan harapan. Secara umum, harapan pelanggan adalah praduga atau keyakinan tentang hasil pembelian produk. Lima kali lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan saat ini adalah mendapatkan pelanggan baru, tetapi kepuasannya sepadan melalui investasinya. Menurut Kotler (2000), daya tanggap, ketergantungan, keamanan, empati, dan lima faktor spesifik dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan kesenjangan antara harapan konsumen dan kinerja aktual.

Permasalahan yang semakin kompleks terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima, pelanggan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Indomaret. Masalah tersebut antara lain perilaku karyawan yang tidak ramah, pelayanan kasir yang tidak efisien, dan kurangnya keahlian dalam membantu pelanggan dalam menemukan barang atau jasa yang dibutuhkan. Penelitian tentang beberapa faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan diperlukan guna mengatasi ketidakpuasan pelanggan, khususnya yang berkaitan melalui kualitas pelayanan Indomaret. Dengan demikian itu, penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini disebut sebagai penelitian korelasional. Untuk penelitian ini pengumpulan sampel memakai Non-Probability Sampling melalui metode Purposive Sampling, dimana tidak semua orang dalam populasi mempunyai peluang yang sama guna dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner survei berbasis web memungkinkan surveyor untuk mengumpulkan data tanpa harus khawatir tentang kendala ruang atau waktu. Kuesioner survei online dapat diisi kapan saja dan dari lokasi mana saja oleh responden (Atmaja & Wijaya, 2019). Karena skala pengukuran yang dipakai pada masing-masing respon responden ialah skala Likert, maka penelitian ini memakai metode skoring guna analisis data. Perasaan setiap orang atau golongan tentang suatu peristiwa dihitung dengan menggunakan skala Likert (Pranatawijaya et al., 2019).

Teknik analisis data didasarkan pada teknik statistik yang telah ditetapkan, dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Uji validitas, uji reliabilitas, dan regresi linier berganda merupakan metode statistik yang dapat digunakan. Penelitian ini menggunakan analisis tentang bagaimana tanggapan terhadap kuesioner responden diinterpretasikan. Alat berbasis SPSS 21 untuk analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel validitas dan reliabilitas diuji. Hasil menunjukkan bahwa tiap-tiap mempunyai nilai yang besar dari nilai r tabel. Item instrumen yang diuji korelasi dianggap valid apabila signifikannya lebih besar atau sama 0,005 (Juliandi, 2013).

Untuk variabel bukti fisik (X1), hasil uji validitas terlihat adanya empat pertanyaan dimana masing-masing mempunyai nilai lebih menonjol daripada nilai r tabel. Pertanyaan pertama memiliki nilai r -hitung tertinggi yaitu 0,791 lebih dari nilai r -tabel 0,195 menunjukkan bahwa hasil pengujian dianggap valid.

Untuk variabel keandalan (X2), pertanyaan ketiga memiliki nilai r hitung tertinggi, dengan adanya Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro yang memberikan pelayanan langsung memiliki nilai r perhitungan senilai 0,834 lebih tinggi dari nilai 0,195 pada r tabel.

Hal ini menunjukkan bahwa hasil pengujian valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan r hitung 0,767 lebih dari nilai r tabel sebesar 0,60. Konsekuensinya, dimensi penelitian ini untuk mengukur variabel reliabilitas dianggap reliabel. Sugiyono (2014), menegaskan bahwa subjek yang dihitung dan pemakai instrumen mempengaruhi validitas serta reliabilitas.

Hasil rekapitulasi uji validitas untuk variabel empati (X3) diketahui bahwa masing-masing dari empat pertanyaan mempunyai nilai lebih dari r tabel. Didapatkan r hitung dari pertanyaan pertama ialah 0,768, lebih tinggi dari r tabel 0,195. Akibatnya, hasil validitas bisa disimpulkan.

Sebagaimana dapat dijelaskan, rekapitulasi uji validitas untuk variabel daya tanggap (X4) memuat empat pertanyaan dengan lebih dari r tabel masing-masing. Pertanyaan kedua yang menanyakan apakah karyawan Indomaret cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro selalu bersedia membantu anda mempunyai r hitung tertinggi yaitu lebih dari nilai r tabel 0,195, validitas dapat ditentukan.

Untuk variabel jaminan (X5), terdapat empat pertanyaan dalam rekapitulasi uji validitas, dan tiap-tiap nilai lebih besar dari nilai r tabel yang dapat dilihat dari hasil. Pertanyaan pertama dengan r hitung sebesar 0,759 lebih tinggi dari nilai r tabel 0,195 Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil tes tersebut valid.

Uji validitas variabel kepuasan pelanggan mencakup empat pertanyaan yang tiap-tiap dimana nilai lebih dari nilai r tabel untuk Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil pengujian dapat disimpulkan valid karena soal kedua memiliki nilai r hitungnya 0,869 lebih tinggi nilai r tabel 0,195.

Reliabilitas mendapat skor Cronbach alpha 0,767, keandalan mendapat skor Cronbach alpha 0,711, jaminan mendapatkan skor Cronbach alpha 0,702, empati mendapatkan skor Cronbach alpha 0,706, dan bukti fisik mendapatkan skor Cronbach alpha 0,730, sesuai dengan hasil uji reliabilitas. Karena Cronbach alpha lebih dari 0,6, temuan ini memperlihatkan nilai faktor pengujian dapat dipercaya. Baik variabel independen, kualitas pelayanan, maupun variabel dependen, kepuasan pelanggan, menghasilkan hasil tetap ketika penghitungan diulang pada subjek serupa.

B. Analisis Interpretasi Jawaban Kuesioner Responden

Analisis interpretasi jawaban survei responden digunakan dalam penelitian ini. Nilai rata-rata diantara dua variabel tersebut digunakan. Dalam analisis ini guna menentukan bagaimana jenjang kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro.

Tabel 1. Interpretasi Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Bukti Fisik

Variabel	Pernyataan	Kriteria					Jumlah Pelanggan
		SS	S	KS	TS	STS	
	Kondisi Gedung bersih	46	41	13	0	0	100
	Peralatan modern	39	49	11	1	0	100
Bukti Fisik	Ruang tunggu yang nyaman	46	42	12	0	0	100
	Area parkir luas	30	49	20	1	0	100

Sumber: Data Primer Pelanggan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro yang diolah 2023

Pada pernyataan pertama, 46 responden pelanggan sangat setuju, 41 menanggapi setuju, 13 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju pada variabel bukti fisik (X1). Pada pernyataan kedua, 39 menanggapi sangat setuju, 49 menanggapi setuju, 11 menanggapi kurang setuju, 1 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Untuk pernyataan yang ketiga, 46 menanggapi sangat setuju, 42 menanggapi setuju, 12 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Menanggapi pernyataan keempat, 30 pelanggan menanggapi sangat tidak setuju, 49 pelanggan menanggapi setuju, 20 pelanggan menanggapi tidak setuju, 1 pelanggan menanggapi tidak setuju, dan 0 pelanggan menanggapi sangat tidak setuju.

Tabel 2. Interpretasi Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Keandalan

Variabel	Pernyataan	Kriteria					Jumlah Pelanggan
		SS	S	KS	TS	STS	
Keandalan	Pelayanan sesuai yang dijanjikan	38	49	12	1	0	100
	Kemampuan karyawan dalam memecahkan masalah pelanggan	35	52	12	1	0	100
	Melayani pelanggan dengan cepat dan teliti	31	48	19	2	0	100
	Pelayanan karyawan yang andal	28	59	12	1	0	100
	Pelayanan yang baik terhadap pelanggan	24	53	22	1	0	100

Sumber: Data Primer Pelanggan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro yang diolah 2023

Variabel keandalan (X2), 38 pelanggan menanggapi sangat setuju, 49 menanggapi setuju, 12 menanggapi kurang setuju, 1 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Pada pernyataan kedua, 35 pelanggan menanggapi sangat setuju, 52 menanggapi setuju, 12 menanggapi kurang setuju, 1 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Pernyataan yang ketiga terdapat 31 setuju, 48 menanggapi sangat setuju, 19 menanggapi kurang setuju, 2 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Pernyataan yang keempat dengan 28 menanggapi sangat setuju, 59 menanggapi setuju, 12 menanggapi kurang setuju, 1 menanggapi sangat tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Ada 24 pelanggan menjawab sangat setuju, 53 setuju, 22 kurang setuju, 1 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju pada pernyataan kelima.

Tabel 3. Interpretasi Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Empati

Variabel	Pernyataan	Kriteria					Jumlah Pelanggan
		SS	S	KS	TS	STS	
Empati	Karyawan dalam mendengarkan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh	47	40	13	0	0	100
	Karyawan meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan pelanggan	39	51	10	0	0	100
		48	42	10	0	0	100

Pelanggan mudah dalam berkomunikasi dengan karyawan

Karyawan memiliki kesabaran pada pelanggan 32 49 17 2 0 100

Sumber: Data Primer Pelanggan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro yang diolah 2023

Pada variabel empati (X3) dari pernyataan, 47 pelanggan menanggapi sangat setuju, 40 menanggapi setuju, 13 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Ada 39 pelanggan sangat setuju, 51 menanggapi setuju, 10 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju dengan pernyataan yang kedua. Untuk pernyataan ketiga, 48 menanggapi sangat setuju, 42 menanggapi setuju, 10 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Ada 32 pelanggan menanggapi sangat setuju, 49 menanggapi menjawab setuju, 17 menanggapi kurang setuju, 2 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju dalam pernyataan keempat.

Tabel 4. Interpretasi Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Daya Tanggap

Variabel	Pernyataan	Kriteria					Jumlah Pelanggan
		SS	S	KS	TS	STS	
Daya Tanggap	Karyawan selalu siap dalam melayani pelanggan	48	40	12	0	0	100
	Karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan	40	51	9	0	0	100
	Karyawan memberikan perhatian kepada setiap pelanggan	48	42	10	0	0	100
	Karyawan selalu bersedia membantu pelanggan	34	50	14	2	0	100

Sumber: Data Primer Pelanggan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro yang diolah 2023

Pelanggan menanggapi sangat setuju 48, 40 menanggapi setuju, 12 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju dalam pernyataan pertama mengenai variabel daya tanggap (X4). Ada 40 pelanggan menanggapi sangat setuju, 51 pelanggan menanggapi setuju, 9 pelanggan menanggapi kurang setuju, 0 pelanggan menanggapi sangat tidak setuju pada pernyataan kedua. Untuk pernyataan yang ketiga, 48 menanggapi sangat setuju, 42 menanggapi setuju, 10 menanggapi kurang setuju, 0 pelanggan tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Ada 34 pelanggan menanggapi sangat setuju, 50 menanggapi setuju, 14 menanggapi kurang setuju, 2 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju dalam pernyataan keempat.

Tabel 5. Interpretasi Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Jaminan

Variabel	Pernyataan	Kriteria					Jumlah Pelanggan
		SS	S	KS	TS	STS	
Jaminan	Karyawan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan	47	41	12	0	0	100
	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan	41	49	10	0	0	100
	Karyawan memberikan jaminan keamanan terhadap pelayanan	49	42	9	0	0	100
	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang produk Indomaret	35	50	13	2	0	100

Sumber: Data Primer Pelanggan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro yang diolah 2023

Pada pernyataan pertama, 47 pelanggan menanggapi sangat setuju, 41 menanggapi setuju, 12 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju untuk variabel jaminan (X5). Ada 41 pelanggan menanggapi sangat setuju, 49 menanggapi setuju, 10 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju dalam pernyataan yang kedua. Ada 49 menanggapi sangat setuju, 42 menanggapi setuju, 9 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju dalam pernyataan yang ketiga. Dengan pernyataan keempat, 0 pelanggan menanggapi sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 13 menanggapi kurang setuju, 50 menanggapi setuju, 35 menanggapi sangat setuju.

Tabel 6. Interpretasi Jawaban Kuisisioner Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Pernyataan	Kriteria					Jumlah Pelanggan
		SS	S	KS	TS	STS	
Kepuasan Pelanggan	Pelanggan merasa puas terhadap fasilitas	25	56	19	0	0	100
	Pelanggan merasa puas karena karyawan ramah	33	41	24	2	0	100
	Pelanggan merasa puas karena karyawan tanggap dalam menangani komplain	38	49	8	5	0	100
	Pelanggan merasa puas karena karyawan memberikan informasi yang jelas	43	49	7	1	0	100

Sumber: Data Primer Pelanggan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro yang diolah 2023

Pada pernyataan pertama mengenai variabel Kepuasan Pelanggan (Y), 25 pelanggan menanggapi sangat setuju, 56 menanggapi setuju, 19 menanggapi kurang setuju, 0 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Ada 33 pelanggan menanggapi sangat setuju, 41 menanggapi setuju, 24 menanggapi kurang setuju, 2 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi

sangat tidak setuju pada pernyataan kedua. Pada pernyataan ketiga, 38 menanggapi sangat setuju, 49 menanggapi setuju, 8 menanggapi kurang setuju, 5 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju. Terdapat 43 menanggapi sangat setuju, 49 menanggapi setuju, 7 menanggapi kurang setuju, 1 menanggapi tidak setuju, 0 menanggapi sangat tidak setuju dalam pernyataan keempat.

C. Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, uji autokorelasi dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,965. Diketahui ($k = 5$) dengan memeriksa nilai yield Durbin-Watson SPSS/DW yang ditentukan oleh tabel DW dengan tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). $dL = 1,5710$ dan $dU = 1,7804$ ($n = 100$) DW yang dihitung menunjukkan bahwa nilai DW 1,965 lebih dari nilai dU tabel 1,7804, menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi di wilayah tersebut. Akibatnya, dimungkinkan untuk menarik kesimpulan bahwa tidak ada autokorelasi dalam regresi linier berganda.

Variabel bukti fisik (X1), hasil uji heteroskedastisitas Glejser mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,220. Hasil uji t memperlihatkan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,210. Variabel bukti fisik memiliki signifikansi yang lebih dari 0,05 sebagai hasil dari temuan tersebut. Oleh karena itu, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

Variabel keandalan (X2), hasil uji heteroskedastisitas Glejser mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,448. Hasil uji t memperlihatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Variabel keandalan memiliki signifikansi yang lebih dari 0,05 sebagai hasil dari temuan tersebut. Oleh karena itu, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

Variabel empati (X3), hasil uji heteroskedastisitas Glejser mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,407. Hasil uji t memperlihatkan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,407. Variabel empati memiliki signifikansi yang lebih dari 0,05 sebagai hasil dari temuan tersebut. Oleh karena itu, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

Variabel daya tanggap (X4), hasil uji heteroskedastisitas Glejser mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,903. Hasil uji t memperlihatkan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,363. Variabel daya tanggap memiliki signifikansi yang lebih dari 0,05 sebagai hasil dari temuan tersebut. Oleh karena itu, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

Variabel jaminan (X5), hasil uji heteroskedastisitas Glejser mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,605. Hasil uji t memperlihatkan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,481. Variabel jaminan memiliki signifikansi yang lebih dari 0,05 sebagai hasil dari temuan tersebut. Oleh karena itu, tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji t, hanya variabel keandalan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Variabel keandalan dimana signifikansinya kurang 0,05. Kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh variabel lain dimana signifikansinya lebih 0,05.

Uji f memperlihatkan tingkat signifikansi 0,000. Uji f memiliki signifikansi kurang dari 0,05. Akibatnya, kedua faktor tersebut berdampak pada kepuasan pelanggan. Selain itu, uji f dapat dipakai.

Nilai R Square yang diperoleh dari pengujian koefisien determinasi ialah 0,538. Hal ini memperlihatkan dimana pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ialah 53,80 persen, sementara pengaruh sisanya dari variabel lain tidak diperhitungkan oleh regresi linier ini. Sedangkan diperoleh hubungan yang positif diantara kedua variabel itu, sebesar 73,30%.

Uji regresi linear berganda yang mempunyai nilai konsisten (α) yaitu 2,051, nilai koefisien (β) adalah 0,381, nilai koefisien (c) adalah 0,571, nilai koefisien (d) adalah -0,670, nilai koefisien (e) adalah 0,907 dan nilai koefisien (f) adalah -0,460. Nilai-nilai ini dapat dilihat. sehingga menjadi ketika dimasukkan ke dalam persamaan regresi sederhana:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + \beta_5.X_5 + e_i$$

$$Y = 2,051 + 0.381.X_1 + 0.571.X_2 + (-0.670).X_3 + (0,907).X_4 + (-0,460).X_5 + e_i$$

PENUTUP

Kesimpulan penelitian dan analisis ini, antara lain sebagai berikut:

1. Beberapa yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ditawarkan dari Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro mendapatkan koefisien regresi positif dan signifikan menurut parsial dari analisis regresi linier berganda. Nilai koefisien regresi sederhana, yaitu sama dengan $Y = 2,051 + 0.381.X_1 + 0.571.X_2 + (-0.670).X_3 + (0,907).X_4 + (-0,460).X_5 + e_i$. Variabel Y merupakan variabel dependen berupa loyalitas konsumen dan variabel X merupakan variabel otonom yaitu kualitas administrasi. Tingkat kedekatan hubungan mereka yang mencapai 73,30% juga terungkap dari uji ini.
2. Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro, yang terpenting dari kelima variabel tersebut adalah keandalan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun tetap berdampak rendah terhadap kepuasan pelanggan menurut praktik pelanggan.
3. Korelasi antara tingkat kualitas pelayanan yang diberikan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro dengan nilai R sebesar 0,733 atau 73,30%.

Sesuai akhir ulasan, saran yang dapat diberikan kepada pihak Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro adalah sebagai berikut:

1. Untuk menambahkan omzet pendapatan Indomaret serta jumlah pelanggan membeli kebutuhan pokoknya, disarankan pihak Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro mencermati beberapa faktor yang bisa membagikan kepuasan pelanggan.
2. Untuk memberikan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno nilai yang unggul, kami merekomendasikan agar karyawan memberikan perhatian individu kepada pelanggan.
3. Pada bagian Kasir menyediakan kotak saran dimana pelanggan dapat menyampaikan pendapat dan keluhannya terhadap layanan Indomaret cabang raya Lettu Suyitno Bojonegoro.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggapratama, R., & Irnawati, D. (2023). Dampak Penggunaan Kredit Perbankan dan Pertumbuhan Industri Manufaktur terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. 05(03), 9691–9701.
- Anindito, R. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Indomaret Di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 9(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Asta, I. N., & Jaya, G. (2019). Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Anajemen*, 8(1), 7458–7485.
- Atmaja, K. J., & Wahyu Wijaya, I. N. S. (2019). Pengembangan Sistem Evaluasi Kinerja Dosen (E-Kuesioner) Stmik Stikom Indonesia. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 8(1), 55–64. <https://doi.org/10.23887/jst-undiksha.v8i1.17290>
- Iswanto, D. (2022). Strategi Bersaing Retail Indomaret Di Era Pasar Digital. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 9720–9729. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3439>
- Juliandi, Azuar. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu- Ilmu Bisnis*
- Kotler Philip, 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Prentice Hall Int, Inc., Millenium Edition, Englewood Cliffs, New Jersey
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT. Indeks, Jakarta
- Lukman, Dendawijaya, 2005. *Manajemen Perbankan*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor Jakarta
- Naibaho, H., Kerja, J. P., & Karyawan, K. (2013). Analisa dampak pelatihan terhadap kinerja karyawan sebuah studi literatur. 10(1), 73–85.
- Nasution, A. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i1.1484>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Pratama, R. A., & Sulisworo, D. (2018). *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT*. 6(4)
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Simatupang, L. N., & Hotimah, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jalan Sultan Iskandar Muda Kebayoran Lama. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 28–38. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v4i1.131>
- Studi, P., Ritel, M., Bojonegoro, U., Studi, P., Ritel, M., & Bojonegoro, U. (2022). DAMPAK HARGA DAN TEMPAT TERHADAP PILIHAN PELANGGAN DALAM BERBELANJA DI KDS DEPARTMENT STORE & SUPERMARKET BOJONEGORO Reza Anggapratama Dwi Irnawati Abstrak. 15(2), 138–142.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B* Bandung: Alfabeta
- Yusup, Febrianawati. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jtjik/article/view/2100/1544>