

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PRIMA FITNES
KEBUMEN**

**Eko Cokro Setiono
STIE PUTRA BANGSA KEBUMEN**

ABSTRAKSI

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* terhadap Kepuasan konsumen pada Prima Fitnes Kebumen, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* terhadap Kepuasan Konsumen pada Prima Fitnes Kebumen secara parsial maupun simultan.

Dari hasil hasil pembuktian hipotesis pertama bahwa *Tangibles* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil hipotesis ke dua bahwa *Reliability* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil pembuktian hipotesis ketiga bahwa *Responsiveness* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil hipotesis keempat *Assurance* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan Kepuasan Konsumen. Dari hasil hipotesis ke lima bahwa *Empathy* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil hipotesis ke enam bahwa *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan. Analisis Regresi Linier Berganda.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Berkembangnya dunia usaha pada saat ini mewajibkan perusahaan untuk selalu melakukan perbaikan terhadap cara perusahaan dalam hal melayani konsumen, memberikan fasilitas dan strategi dalam menghadapi persaingan. Banyaknya perusahaan yang menawarkan produk atau jasa membuat para konsumen memiliki peluang yang luas untuk memilih produk atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka, dalam hal ini setiap perusahaan harus mampu menyediakan produk yang terbaik dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Apabila perusahaan ingin semakin berkembang salah satu yang harus diperhatikan adalah dengan mempertahankan pelanggan yang ada, jangan sampai pelanggan tersebut meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan lain.

Menurut Philip Kotler (2005) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2004:59). Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen

(*performance*). Dalam menghadapi persaingan, perusahaan perlu lebih bijaksana dalam menentukan harga produknya. Banyak hal yang harus dipertimbangkan oleh pengusaha sebelum menetapkan harga suatu produk atau jasa.

Karakteristik konsumen yang puas dapat dilihat dari rasa senang, yaitu menunjukkan sejauh mana para pelanggan tersebut merasa senang dengan pengalaman transaksinya. Kepuasan terhadap layanan yaitu menunjukkan sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan prima fitness Kebumen. Kepuasan terhadap sistem pelayanan yaitu sejauh mana kecepatan dan kemudahan yang disediakan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan financial meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan selama menggunakan jasa pelayanan tersebut.

Kesetiaan yang tinggi dari pelanggan serta diikuti dengan minat menggunakan jasa *gym* pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan jumlah pengunjung. Berikut ini merupakan data jumlah anggota (member) baru Prima Fitness Kebumen per bulan periode Januari 2016 hingga Agustus 2016 :

Tabel 1.1

Data jumlah anggota (member) baru Prima Fitness Kebumen per bulan periode Januari 2016 hingga Agustus 2016

Bulan	Jumlah anggota baru (orang)
Januari	80
Februari	61
Maret	75
April	73
Mei	74
Juni	74
Juli	50
Agustus	67
September	69
Oktober	71
November	60
Desember	59
Jumlah	813

Sumber : Prima Fitness Kebumen 2016

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 diketahui dalam beberapa bulan mengalami peningkatan jumlah anggota baru, tetapi ada beberapa bulan yang mengalami penurunan dari bulan sebelumnya. Dapat dilihat pada tabel, peningkatan terbesar terjadi pada bulan Agustus 2016 yaitu 17 orang dengan jumlah anggota baru yaitu 67 orang, dan Penurunan terbesar terjadi pada bulan Februari 2016 yaitu -19 dengan jumlah anggota baru yaitu 61 orang. Hal mengalami perbedaan yang signifikan dan juga dari bulan per bulan mengalami naik turun (Fluktuasi). Hasil dari tabel 1.1 tersebut menandakan bahwa sikap kepuasan konsumen dalam memilih fitness center di Prima Fitness Kebumen mengalami peningkatan dan penurunan yang drastis dari perbulan. Hal ini masih cenderung kurangnya tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen seperti yang mereka harapkan. Akibat dari

kurangnya kualitas pelayanan yang baik dalam pelayanan dapat mengurangi tingkat kepuasan konsumen seperti yang diharapkan konsumen pada Prima Fitness Kebumen.

Dari identifikasi masalah diatas, maka penulis bermaksud mengadakan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan Mengambil Judul: **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Prima Fitness Kebumen.**

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

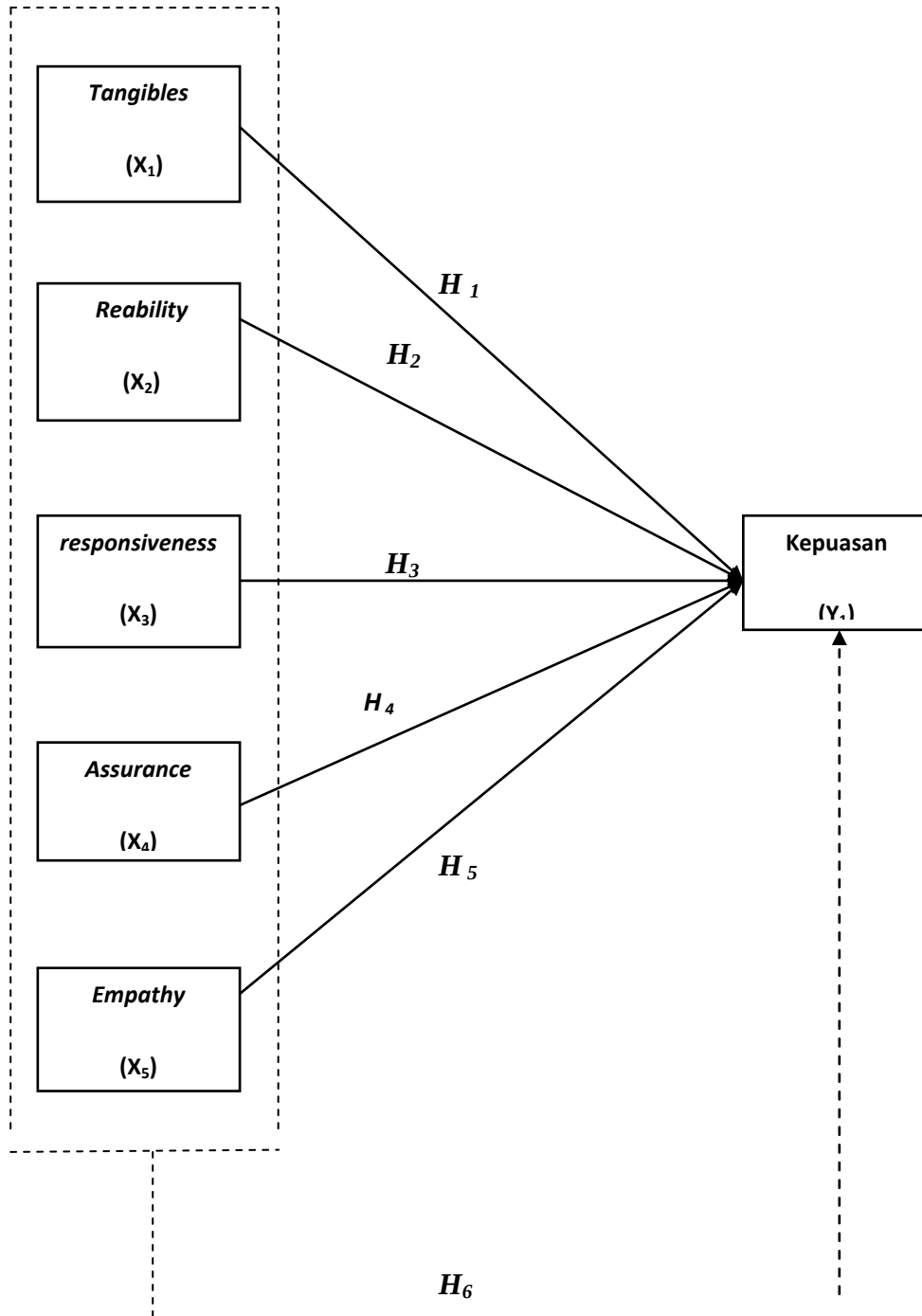
Menurut Kotler (2005) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2004 : 59). Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan perusahaan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen (*performance*). Kualitas pelayanan jasa perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika jasa perusahaan yang diterima melampaui harapan konsumen, jika jasa perusahaan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa perusahaan dipersepsikan buruk.

Kepuasan

Menurut Kotler (1997: 36), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang diharapkan. Beberapa pendapat mengenai definisi kepuasan pelanggan, diantaranya dari Mowen dan Minor (2002) yang mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas

barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya dari apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka dapatkan dari produk tersebut. Kenyataan yang sesuai dengan harapan yang mereka tanamkan akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan. Pembeli yang merasakan kepuasan akan memberitahukan kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Namun apabila terjadi ketidakpuasan akan menyebabkan orang untuk beralih mencari produk lain yang memenuhi harapan mereka.

Kerangka Pemikiran Teoritis



METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang merupakan terjemahan tertentu masih memiliki pengertian yang bersifat umum oleh karena itu supaya penelitian mempunyai batas pengertian yang jelas dan mudah di ukur maka perlu dijabarkan arti setiap variabel tersebut dalam suatu definisi operasional .adapun definisi operasional variabel penelitian dan memiliki hasil ukur adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan

Zeithaml et. Al dalam Fajar Laksana (2004: 91), mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka terhadap layanan yang diterima.

a. *Tangibles* (X1), indikator ini diukur melalui persepsi konsumen terhadap :

1. Kelayakan gedung
2. Kebersihan
3. Kerapian
4. Kenyamanan ruangan.

b. *Reliability* (X2), indikator ini diukur melalui persepsi konsumen terhadap :

1. Kemampuan pegawai dalam menjelaskan / memberikan informasi kepada konsumen.

2. Layanan jasa yang diberikan oleh instruktur prima fitness Kebumen.

c. *Responsiveness* (X3), indikator ini diukur melalui persepsi konsumen terhadap :

1. Daya tanggap/ sikap proaktif dari pegawai untuk membantu/ memberi instruktur kepada konsumen.
2. Daya tanggap/ kesigapan pegawai dalam menerima dan menindak lanjuti keluhan konsumen

d. *Assurance* (X4), indikator ini diukur melalui persepsi konsumen terhadap kejujuran, ketelitian, dan kehati-hatian pegawai dalam melayani konsumen pada prima fitness Kebumen.

e. *Empathy* (X5), indikator ini diukur melalui persepsi konsumen terhadap keinginan dan kemampuan dari pegawai untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

2. Kepuasan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2005). Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa di benak pelanggan. Indikator kepuasan konsumen, menurut (Zeithaml *et al.*, 2003). adalah:

a. Rasa senang, yaitu

Rasa senang menunjukkan sejauh mana para pelanggan tersebut merasa senang dengan pengalaman transaksinya.

b. Kepuasan terhadap layanan

Kepuasan terhadap layanan menunjukkan sejauh mana para pelanggan merasa puas dengan pelayanan transaksinya.

c. Kepuasan terhadap sistem pelayanan

Kepuasan terhadap sistem pelayanan menunjukkan sejauh mana kecepatan dan kemudahan sistem transaksi yang disediakan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya

d. Kepuasan *financial*

Kepuasan *financial* adalah kepuasan pelanggan atau konsumen secara *financial* meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan selama menggunakan jasa pelayanan tersebut.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:61). Dalam penelitian ini, yang akan menjadi populasinya konsumen pada ptima fitness kebumen. Suharsimi Arikunto (1996:120) yang menyatakan, bahwa jika jumlah subjeknya kurang

dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Sampel Penelitian

Keseluruhan subjek penelitian yang menjadi perhatian pengamatan dan penyedia data disebut sebagai populasi. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Suharsimi Arikunto, 1996:115). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen prima fitness kebumen dengan 100 orang. Penelitian ini menggunakan penelitian populasi, karena seluruh karyawan tersebut dijadikan subjek penelitian. Hal ini sesuai dengan pendapat Suharsimi Arikunto (1996:120) yang menyatakan, bahwa jika jumlah subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Alat Analisis Data

Dalam perhitungan pengolahan data, peneliti mempergunakan alat bantu yang berupa program aplikasi komputer yaitu *SPSS for windows* versi 22

Uji Instrumen Validitas dan Realibilitas.

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data dari variable yang diteliti secara tepat. Untuk mengukur validitas digunakan rumus *Product Moment* yaitu sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 (\sum x)^2\} - \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi *product moment*

x = nilai dari jawaban kuisioner

y = nilai dari total jawaban kuisioner

n = jumlah sampel (responden)

Dasar pengambilan keputusan :

a. Jika r hasilnya positif, serta $r_{hasil} > r_{tabel}$, maka variable tersebut dinyatakan valid.

b. Jika r hasilnya negatif, serta $r_{hasil} < r_{tabel}$, maka variable tersebut dinyatakan tidak valid

2. Uji Realibilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk melihat suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, apakah instrument tersebut sudah baik atau belum, sehingga akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Dengan perkataan lain reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Untuk mengukur reliabilitas digunakan rumus koefisien *alpha cronbach* (Sugiyono, 2010:365).

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan :

r_i = koefisien reliabilitas

k = mean kuadrat antara subyek

$\sum S_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

S_t^2 = varians total

Kriteria pengujian : Ghozali (2005:42)

- a. Jika $\alpha_{conbarch} > 0,60$ atau 60 %, maka butir atau variabel tersebut reliabel.
- b. Jika $\alpha_{conbarch} < 0,60$ atau 60 %, maka variabel tersebut tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variable yang bebas yang satu dengan yang lain dalam model regresi memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan mendekati 1)

Bila antar variabel bebas terdapat korelasi sempurna atau mendekati sempurna, maka model analisis regresi tidak dapat digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya korelasi variable-variabel bebas dilakukan dengan uji *variance inflation factor* (VIF) yang mempunyai persamaan : $VIF = 1 / \text{tolerance}$, artinya jika $VIF > 5$, maka variable tersebut mempunyai persoalan

multikolinieritas dengan variable bebas dan jika $VIF \leq 5$ berarti tidak terjadi multikolinieritas antar variable.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas mendasarkan pada distribusi residu (selisih hasil observasi dan model regresi linear berganda) guna mengetahui adanya gejala heterokedastisitas atau tidak. Gejala heterokedastisitas tidak mempengaruhi nilai koefisien dan konstanta yang dihasilkan analisi regresi linear, namun mampu menyebabkan membesarnya nilai t dan pada kondisi tertentu membuat variable yang sbenarnya tidak penyting menjadi terlihat penting secara statistic. Model regresi linear yang baik adalah yang tidak mengandung gejala heterokedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi linear, variable dependen, variable independen atau keduanya berdistribusi normal atau mendekati normal.

1. Jika data menyebar di atas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk melakukan analisis pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi, dan lingkungan kerja terhadap kinerja konsumen pada prima fitness kebumen, penulis menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda

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

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen.

X₁ = Kualitas pelayanan dengan variabel *tangibles*

X₂ = Kualitas pelayanan dengan variabel *reliability*

X₃ = Kualitas pelayanan dengan variabel *responsiveness*

X₄ = Kualitas pelayanan dengan variabel *assurance*

X₅ = Kualitas pelayanan dengan variabel *emphaty*

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi variabel *tangibles*

b₂ = koefisien regresi variabel *reliability*

b₃ = koefisien regresi variabel *responsiveness*

b₄ = koefisien regresi variabel *assurance*

b₅ = koefisien regresi variabel *emphaty*

e = *Standard error/residu*

Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antar variabel bebas gaya kepemimpinan, motivasi, dan lingkungan kerja terhadap variabel terikat keputusan pembelian dengan tingkat signifikansi $\alpha=0,05$. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$t = \frac{bj}{Sbj}$$

Keterangan:

t = nilai

bj = koefisien regresi

Sbj = standar deviasi

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

2. Uji Simultasn (Uji F)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Analisis ini menggunakan rumus :

$$F = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Keterangan :

F = Nilai F_{hitung}

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel bebas

Hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kepadatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel gaya kepemimpinan, motivasi, dan lingkungan kerja terhadap kinerja maka dapat dilihat dari hasil tabel berikut ini

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.836	1.768		.473	.638
x1	.404	.077	.443	5.226	.000
x2	.338	.111	.260	3.041	.003
x3	.249	.114	.188	2.188	.031
x4	.319	.121	.228	2.635	.010
x5	.312	.118	.233	2.651	.009

a. Dependent Variable: y1

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel Gaya kepemimpinan, Motivasi, dan Lingkungan kerja terhadap Kinerja karyawan maka dapat dilihat dari hasil tabel berikut ini

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	79.816	5	15.963	10.720	.000 ^a
Residual	139.974	94	1.489		

Total	219.790	99			
-------	---------	----	--	--	--

a. Predictors: (Constant), x5, x2, x1, x3, x4

b. Dependent Variable: y1

Implementasi Manajerial

1. Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *Tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar $5,226 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. Besarnya pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan 0,404 atau 40,4%, artinya bahwa peran *Tangibles* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Valentina Anissa Febriani dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *Reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar $3,041 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. Besarnya pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan 0,338 atau 33,8%, artinya bahwa peran *Reliability* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Semiaji Santoso dengan judul analisis

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh *responsiveness* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar $2,188 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. Besarnya pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan 0,249 atau 24,9%, artinya bahwa peran *Responsiveness* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Valentina Anissa Febriani dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh *assurance* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar $2,635 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. Besarnya pengaruh *assurance* terhadap Kepuasan 0,319 atau 31,9%, artinya bahwa peran *assurance* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Semiaji Santoso dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen.

5. Pengaruh *empathy* terhadap Kepuasan

Berdasarkan analisis untuk variabel *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai t_{hitung} sebesar $2,651 > t_{tabel}$ sebesar $1,985$. Besarnya pengaruh *empathy* terhadap kepuasan $0,312$ atau $31,2\%$, artinya bahwa peran *empathy* mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Valentina Anissa Febriani dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *empathy* terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah karyawan pada prima fitness Kebumen. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil peneitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan beberapa hal dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Tangibles* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen. Besarnya pengaruh *Tangibles* terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen sebesar 0,404 atau 40,4% dengan tingkat probabilitas atau signifikansinya sebesar 0.000. Dikarenakan tingkat signifikan yang jauh lebih kecil dari 0.05 atau 5 %. Dan nilai t_{hitung} sebesar 5,226 > t_{tabel} sebesar 1,985. *Tangibles* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen.
2. *Reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen. Besarnya pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen sebesar 0,338 atau 33,8% dengan tingkat probabilitas atau signifikansinya sebesar 0.003. Dikarenakan tingkat signifikan yang jauh lebih kecil dari

0.05 atau 5 %. Dan nilai t_{hitung} sebesar $3,041 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. *reliability* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen.

3. *Responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen. Besarnya pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen sebesar 0,249 atau 24,9% dengan tingkat probabilitas atau signifikansinya sebesar 0.031. Dikarenakan tingkat signifikan yang jauh lebih kecil dari 0.05 atau 5 %. Dan nilai t_{hitung} sebesar $2,188 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. *responsiveness* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen.
4. *Assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen. Besarnya pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen sebesar 0,319 atau 31,9% dengan tingkat probabilitas atau signifikansinya sebesar 0.010. Dikarenakan tingkat signifikan yang jauh lebih kecil dari 0.05 atau 5 %. Dan nilai t_{hitung} sebesar $2,635 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. *Assurance* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen.
5. *Empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen. Besarnya pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen sebesar 0,312 atau 31,2% dengan tingkat probabilitas atau signifikansinya

sebesar 0.009. Dikarenakan tingkat signifikan yang jauh lebih kecil dari 0.05 atau 5 %. Dan nilai t_{hitung} sebesar $2,651 > t_{tabel}$ sebesar 1,985. *Empathy* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen.

6. *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama – sama terhadap kepuasan konsumen pada prima fitness Kebumen, diperoleh nilai F sebesar 10,720 dengan tingkat probabilitas atau signifikansinya sebesar 0.000. Dikarenakan tingkat signifikan yang jauh lebih kecil dari 0.05 atau 5 %.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis member saran sebagai berikut :

1. Dari hasil questioner jawaban responden dan di uji regresi hasil paling dominan atau paling besar tentang *tangibles* dan hasil paling kecil *responsiveness*. Pemilik prima fitness Kebumen disarankan untuk lebih memperhatikan tentang *responsiveness* yang meliputi daya tanggap/ sikap proaktif dari pegawai untuk membantu/ memberi instruktur kepada konsumen dan daya tanggap/ kesigapan pegawai dalam menerima dan menindak lanjuti keluhan konsumen
2. Bagi peneliti lain, diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dengan memperluas variabel-variabel bebas yang diperkirakan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, selain faktor kualitas pelayanan,

karena hasil penelitian menyatakan masih terdapat variabel-variabel lain sebesar 63,7 % yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bilson Simamora. 2004. *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Ervina Wardani 2010 . analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kedai Semarang
- Jonathan Sarwono. *Riset Bisnis Dengan SPSS*
- Kotler, Philip. 1988. *Manajemen pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi 6. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, (2005). *Manajemen pemasaran* tingkat kepuasan konsumen.
- Nasution,M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Semiaji Santoso 2013. Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi Pada Pasien Rawat Inap Kelas 3 RS. Roemani Muhammadiyah Semarang). Skripsi Sarjana Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Stanton, W.J. (1996). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudijono, A (2002). *Pengantar Statistika Pendidikan*. Yogyakarta: Rajawali Press.
- Sugiyono (2010 : 365). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayu Media Publishing.

Tjiptono, F. (2005). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, (2000 : 150). Rumus sampel penelitian

Valentine anisa febriani. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen (Studi Pada Pasien Poli Klinik Rawat Jalan Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo). Skripsi Sarjana Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Zaeithaml et al (2004). *Manajemen pemasaran* definisi kualitas pelayanan

Zaeithaml et al (2003) *Manajemen pemasaran* indikator kepuasan konsumen