

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MULTI MEDIA GRAFIKA MAKASSAR

Muhammad Arfah Maulana^{*1}, Yuswari Nur², Andi Ummul Khair³

^{1,2,3} Prodi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

e-mail: ^{*1}muhammadarfah2001@gmail.com, ²yuswari@stienobel-indonesia.ac.id,
³andiummulkhair1980@gmail.com.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial (2) Mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan (3) Mengetahui variable yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar.

Sampel penelitian sebanyak 87 responden yang merupakan pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar, penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian adalah (1) Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Multi Media Grafika Makassar (2) Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) secara simultan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan (3) Variable yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar yaitu Empati (*Empathy*).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik dan Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to (1) Find out whether or not the influence of service quality is significant partially (2) Find out the significant or not of the influence of service quality simultaneously (3) Find out the most dominant variable affecting customer satisfaction of PT. Multi Media Grafika Makassar.

The research sample was 87 respondents who were customers of PT. Multi Media Grafika Makassar, the study used multiple linear regression analysis using SPSS 25.

The results of the study were (1) Reliability, Responsiveness, Assurance did not have a significant effect on customer satisfaction, while Empathy and Tangible partially had a significant effect on customer satisfaction at PT. Multi Media Grafika Makassar (2) Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangible simultaneously have a significant influence on customer satisfaction variables (3) The most dominant variables affect PT. Multi Media Grafika Makassar namely Empathy.

Keywords: *Service Quality, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible, and Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan yang satu dengan perusahaan yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.

Saat ini teknologi semakin berkembang dan bisnis percetakan menggunakan mesin cetak digital atau *offset* di Indonesia terus berkembang. Industri percetakan merupakan industri yang berkembang pesat yang mulai mendapat perhatian terutama

dalam beberapa tahun terakhir, yang dapat dinilai dengan munculnya pemain-pemain baru dibisnis ini baik penjual maupun pemasar cetak. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk baru, konsep baru yang inovatif untuk menarik pelanggan, dan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang semakin beragam untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan, yang mengarah pada persaingan yang semakin ketat.

PT. Multi Media Grafika merupakan salah satu perusahaan percetakan terbesar di Makassar yang berkembang di bidang percetakan *digital printing*, yang melayani pemesanan cetak poster, buku, banner, kartu nama dan berbagai cetakan lainnya serta menerima pesanan desain. PT. Multi Media Grafika Makassar mempunyai motto yaitu *pelayanan terbaik* yang menjadi kekuatan dalam persaingan dalam industri percetakan. PT. Multi Media Grafika Makassar sendiri terletak di Jl. Sultan Alauddin, Pabaeng-Baeng, No.6 Makassar. Perusahaan ini harus mengutamakan kualitas produk dan pelayanan terbaik untuk para pelanggannya. Sumber daya sistem dan teknologi informasi yang sudah ada akan diperbaharui secara terus menerus seiring perkembangan teknologi yang tentunya hal tersebut akan membantu PT. Multi Media Grafika Makassar dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

Berdasarkan observasi awal, motto PT. Multi Media Grafika Makassar yaitu *pelayanan terbaik*, bermakna perusahaan ini mengutamakan pelayanan yang akan memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Namun adapula pelanggan yang menyampaikan keluhan-keluhan terhadap produk dari perusahaan ini yang akan membuat motto tersebut tidak sesuai dengan kepuasan pelanggan. Keluhan yang sering didapatkan tersebut berupa hasil cetak yang kurang sesuai dengan desain yang diberikan yang menyebabkan pelanggan menilai kurangnya pengetahuan karyawan atas berbagai jenis cetakan yang disediakan PT. Multi Media Grafika Makassar, selain itu pelanggan mengeluhkan kurangnya pemahaman karyawan atas permintaan pelanggan dan waktu penyelesaian yang tidak sesuai yang dijanjikan.

Kualitas Pelayanan

Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Andhini, 2017). Kualitas pelayanan adalah seperangkat bentuk produksi atau jasa tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan penghasil jasa mengharapkan adanya komunikasi langsung antara pelanggan dan pengusaha, faktor yang berhubungan dengan perilaku karyawan, seperti sikap dan keterampilan komunikasi, merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi pelayanan yang baik (Hendrianto et al., 2018).

Kualitas layanan memiliki 5 (lima) indikator utama sebagai berikut:

1. **Kehandalan (*Reliability*)**, yang mengacu pada kompetensi perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat tanpa gagal dan menginformasikan tentang layanan pada waktu yang disepakati.
2. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**, yang mengacu pada kemauan dan kompetensi karyawan untuk membantu konsumen dan menanggapi permintaan mereka dan mengumumkan tawaran layanan dan memberikan layanan tanpa penundaan.
3. **Jaminan (*Assurance*)**, perilaku karyawan yang dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman pada konsumennya untuk menghilangkan keraguan-keraguan pelanggan.

4. **Empati (*Empathy*)**, menjelaskan bahwa perusahaan memahami masalah pelanggannya dan bertindak untuk kepentingan konsumen dan memberikan perhatian khusus kepada konsumen dan menawarkan jam buka yang nyaman.
5. **Bukti fisik (*Tangible*)**, dari fasilitas fisik yang digunakan dalam bisnis, kinerja semua peralatan atau perangkat dan bahan yang bersih, dan penampilan karyawan yang bersih serta sarana komunikasi dan lain-lain yang dapat memperluas hubungan dengan konsumen pengguna jasa.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan ekspresi yang diungkapkan baik senang atau tidak senangnya, membandingkan harapan produk yang diharapkan dengan kenyataan produk yang diterima. Dengan demikian, kepuasan pelanggan pada dasarnya melibatkan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan pelanggan (Perwira et al., 2016).

Dari definisi tersebut, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan adalah terpenuhinya harapan. Dapat dikatakan bahwa pelanggan puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan apabila harapan pelanggan terhadap produk/jasa yang diberikan perusahaan telah memenuhi bahkan melebihi harapan. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan, yang didasarkan pada pengalaman perusahaan secara keseluruhan.

Kepuasan pelanggan dipengaruhi dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Baik atau tidak pelayanan yang diberikan akan mengukur bagaimana tingkat kepuasan dari pelanggan. Berikut indikator dari kepuasan pelanggan:

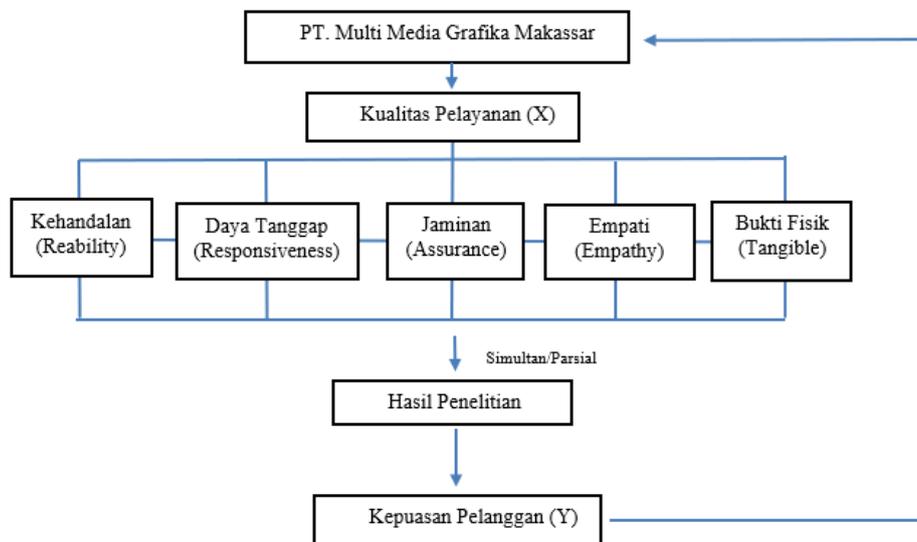
- Pelayanan yang sangat memuaskan
- Produk/Jasa yang dihasilkan sangat memuaskan
- Kebersihan dan keamanan tempat terjamin
- Merekomendasikan layanan kepada orang lain
- Meningkatkan pengalaman yang baik

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas memberikan pelanggan dorongan untuk membangun hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, komunikasi semacam itu membantu perusahaan memahami harapan dan kebutuhan pelanggan secara akurat, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau menghilangkan pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan.

KERANGKA PIKIR

Kualitas layanan dapat diukur dengan lima dimensi kualitas layanan, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap. Jika kualitas pelayanan baik maka pelanggan akan puas, tetapi jika kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan tidak akan puas. Dari uraian di atas, kita dapat membangun kerangka pikir berikut :



Gambar 1. Kerangka Pikir

HIPOTESIS PENELITIAN

Atas dasar rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang terdiri dari Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Multi Media Grafika Makassar
 2. Kualitas pelayanan yang terdiri dari Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Multi Media Grafika Makassar
 3. Variable kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Multi Media Grafika Makassar adalah Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- H6: Terdapat perbedaan yang signifikan ditinjau dari *Debt to Equity Ratio* sebelum dan saat pandemic covid-19 pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini akan dilakukan pada PT. Multi Media Grafika Makassar, lokasinya berada di Jalan Sultan Alauddin No.98, Pa'baeng-Baeng, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih.

Selain itu, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, yaitu penelitian dengan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat terhadap kondisi yang berdasarkan data dan informasi yang didapatkan dalam penelitian dan mencoba membuktikan kebenaran fakta lapangan dan dievaluasi dengan menggunakan angka dari

data yang terkumpul menggunakan program SPSS 25. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar, dengan sampel yang digunakan sebanyak 87 orang.

Metode analisis yang digunakan oleh peneliti yaitu uji validitas untuk mengetahui apakah data yang digunakan dapat dikatakan valid atau dapat dipercaya, uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*, uji Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variable independent (bebas) terhadap variable dependen (terikat), uji parsial (uji T) untuk mengetahui pengaruh secara individual, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama, dan uji Koefisien determinasi (R) merupakan koefisien yang menunjukkan persentase variabel bebas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Suatu kuesioner akan dikatakan valid apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan $sig. < 0,05$, dimana R_{tabel} dalam penelitian ini = 0,2108. Berikut hasil dari pengujian validitas yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS 25:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator/Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kehandalan (X1)	X1.1	0,878	0,2108	Valid
	X1.2	0,875	0,2108	Valid
	X1.3	0,904	0,2108	Valid
	X1.4	0,840	0,2108	Valid
Daya Tanggap (X2)	X2.1	0,848	0,2108	Valid
	X2.2	0,884	0,2108	Valid
	X2.3	0,849	0,2108	Valid
Jaminan (X3)	X3.1	0,879	0,2108	Valid
	X3.2	0,864	0,2108	Valid
	X3.3	0,854	0,2108	Valid
Empati (X4)	X4.1	0,816	0,2108	Valid
	X4.2	0,845	0,2108	Valid
	X4.3	0,800	0,2108	Valid
Bukti Fisik (X5)	X5.1	0,753	0,2108	Valid
	X5.2	0,803	0,2108	Valid
	X5.3	0,805	0,2108	Valid
	X5.4	0,812	0,2108	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,841	0,2108	Valid
	Y2	0,819	0,2108	Valid
	Y3	0,757	0,2108	Valid
	Y4	0,748	0,2108	Valid
	Y5	0,741	0,2108	Valid

	Y6	0,839	0,2108	Valid
--	----	-------	--------	-------

Sumber: Data primer yang diolah penulis (2022)

Berdasarkan data pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa semua nilai Rhitung lebih besar dari nilai Rtabel, artinya semua item pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian yang dilakukan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah item-item pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian *reliable* atau memiliki konsistensi. apabila nilai *Cronchbach's Alpha* > 0,50 maka akan dikatakan *reliable* atau konsisten. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS 25:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Batas	Keterangan
Kehandalan (X1)	0,896	0,50	<i>reliable</i>
Daya Tanggap (X2)	0,823	0,50	<i>reliable</i>
Jaminan (X3)	0,832	0,50	<i>reliable</i>
Empati (X4)	0,753	0,50	<i>reliable</i>
Bukti Fisik (X5)	0,794	0,50	<i>reliable</i>
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,879	0,50	<i>reliable</i>

Sumber: Data primer yang diolah penulis (2023)

Dari nilai-nilai *Cronchbach's Alpha* yang didapatkan maka seluruh pernyataan pada kuesioner penelitian dinyatakan diterima atau *reliable* dan dapat dijadikan sebagai alat ukur karena nilai *Cronchbach's Alpha* > 0,50.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variable independent (bebas) terhadap variable dependen (terikat). Berikut hasil dari pengujian regresi yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS 25:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.491	1.766		3.109	.003		
	KEHANDALAN	.281	.146	.253	1.926	.058	.242	4.135
	DAYA TANGGAP	.152	.228	.098	.665	.508	.193	5.182
	JAMINAN	-.327	.206	-.216	-1.592	.115	.226	4.419

EMPATI	.675	.200	.358	3.379	.001	.372	2.689
BUKTI FISIK	.557	.138	.413	4.019	.000	.397	2.519

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 5,491 + 0,281 X_1 + 0,152 X_2 + (-0,327 X_3) + 0,675X_4 + 0,557 X_5 + e$$

Adapun penjelasan dari persamaan regresi diatas, sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 5,491 menyatakan bahwa apabila nilai variable kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*) sama dengan 0, maka variable kepuasan pelanggan bernilai positif atau 5,491.
- Nilai koefisien regresi kehandalan (*reliability*) sebesar 0,281, menyatakan bahwa variable kehandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika kehandalan (*reliability*) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,281.
- Nilai koefisien regresi daya tanggap (*responsiveness*), sebesar 0,152, menyatakan bahwa variable daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika daya tanggap (*responsiveness*) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,152.
- Nilai koefisien regresi jaminan (*assurance*) sebesar -0,327, menyatakan bahwa variable jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang negative (berlawanan arah) antara variabel jaminan dan kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika jaminan (*assurance*) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,327.
- Nilai koefisien regresi empati (*empathy*) sebesar 0,675, menyatakan bahwa variable empati (*empathy*) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika empati (*empathy*) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,675.
- Nilai koefisien regresi bukti fisik (*tangible*) sebesar 0,557, menyatakan bahwa variable bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan jika bukti fisik (*tangible*) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,557.

Hasil persamaan analisis regresi linear berganda diatas menyatakan bahwa tidak semua variable independent berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen. Variabel independent yang berpengaruh positif yaitu variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*), sedangkan jaminan (*assurance*) menunjukkan pengaruh yang negative terhadap variabel dependen. Variabel yang paling berpengaruh adalah variabel empati (*empathy*) sebesar 0,675 karena memiliki nilai koefisien regresi paling tinggi diantara nilai koefisien regresi variabel independent lainnya.

Uji Parsial (Uji T)

Uji T merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independent secara parsial dasar pengambilan keputusan apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikan (α) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan T_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 1,98969. Berikut ini hasil uji T dengan menggunakan program SPSS 25:

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	5.491	1.766		3.109	.003		
KEHANDALAN	.281	.146	.253	1.926	.058	.242	4.135
DAYA TANGGAP	.152	.228	.098	.665	.508	.193	5.182
JAMINAN	-.327	.206	-.216	-1.592	.115	.226	4.419
EMPATI	.675	.200	.358	3.379	.001	.372	2.689
BUKTI FISIK	.557	.138	.413	4.019	.000	.397	2.519

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2023)

a. Pengaruh Parsial Keandalan (*Reliability*) terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa nilai T_{hitung} untuk variabel keandalan (*reliability*) sebesar 1,926 dan nilai signifikansi sebesar 0,058, yang berarti $1,926 < 1,98969$ dan $0,058 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel keandalan (*reliability*) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan di PT. Multi Media Grafika Makassar.

b. Pengaruh Parsial Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa nilai T_{hitung} untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 0,665 dan nilai signifikansi sebesar 0,508, yang berarti $0,665 < 1,98969$ dan $0,508 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel daya tanggap (*responsiveness*) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan di PT. Multi Media Grafika Makassar.

c. Pengaruh Parsial Jaminan (*Assurance*) terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa nilai T_{hitung} untuk variabel jaminan (*assurance*) sebesar -1,592 dan nilai signifikansi sebesar 0,115, yang berarti $-1,592 < 1,98969$ dan $0,115 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel jaminan (*assurance*) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan di PT. Multi Media Grafika Makassar.

d. Pengaruh Parsial Empati (*Empathy*) terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa nilai *T*hitung untuk variabel empati (*empathy*) sebesar 3,379 dan nilai signifikansi sebesar 0,001, yang berarti $3,379 > 1,98969$ dan $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel empati (*empathy*) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di PT. Multi Media Grafika Makassar.

e. Pengaruh Parsial Bukti Fisik (*Tangible*) terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa nilai *T*hitung untuk variabel bukti fisik (*tangible*) sebesar 4,019 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti $4,019 > 1,98969$ dan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel bukti fisik (*tangible*) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di PT. Multi Media Grafika Makassar.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independent secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen dengan dasar pengambilan keputusan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka F_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 2,33 dan berikut ini hasil uji signifikansi simultan atau uji F dengan menggunakan program SPSS 25:

Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	452.014	5	90.403	31.618	.000 ^b
	Residual	231.595	81	2.859		
	Total	683.609	86			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (X5), Kehandalan (X1), Empati (X4), Jaminan (X3), Daya Tanggap (X2)

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka diperoleh nilai *F*hitung sebesar 31,618 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan $31,618 > 2,33$ dan $0,000 < 0,05$, yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*) dan bukti fisik (*tangible*) secara simultan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di PT. Multi Media Grafika Makassar.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent dengan melihat nilai *R Square*. Berikut ini hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 25:

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.661	.640	1.691

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (X5), Kehandalan (X1), Empati (X4), Jaminan (X3), Daya Tanggap (X2)

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,661 atau jika dipersenkan sebesar 66,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa 66,1% kepuasan pelanggan pada PT. Multi Media Grafika Makassar dipengaruhi oleh variable kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*) dan bukti fisik (*tangible*). Sedangkan sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Parsial Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variable Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Jaminan (*Assurance*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Multi Media Grafika Makassar. Artinya, berbagai layanan yang diberikan dalam hal kehandalan, daya tanggap dan jaminan yang diberikan PT. Multi Media Grafika Makassar tidak memuaskan para pelanggan, seperti pemenuhan keinginan pelanggan, waktu yang sesuai yang dijanjikan, layanan yang cepat dan tepat, ketanggapan karyawan atas keluhan pelanggan pengetahuan karyawan atas berbagai jenis cetakan, kepercayaan pelanggan terhadap karyawan dan keamanan transaksi. Hal inilah yang membuktikan keluhan dari pelanggan atas waktu penyelesaian tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan kurangnya pengetahuan karyawan yang menyebabkan hasil cetakan terkadang tidak sesuai dengan desain yang diberikan dan diinginkan pelanggan. Pelayanan tersebut perlu ditingkatkan oleh perusahaan agar pelanggan akan merasa puas dan kepuasan pelanggan tercipta karena pelayanan yang baik. Perlunya kualitas pelayanan ditingkatkan bertujuan untuk menciptakan lingkungan perusahaan yang menguntungkan untuk pihak internal perusahaan maupun pihak eksternal perusahaan. Peningkatan pelayanan dari Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Jaminan (*Assurance*) dapat dilakukan dengan cara menerapkan prinsip-prinsip dari kualitas pelayanan diantaranya pemimpin perusahaan dapat membimbing untuk meningkatkan kualitas layanan, memberikan pelatihan kepada karyawan dan merancang strategi pelayanan guna menciptakan lingkungan yang menguntungkan.

Sedangkan, variable Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya segala pelayanan dari segi Empati dan Bukti Fisik yang dimiliki PT. Multi Media Grafika Makassar sudah memuaskan pelanggannya dan hal tersebut perlu dipertahankan bahkan perlu untuk ditingkatkan. Kualitas pelayanan yang baik akan

meminimalisir resiko ketidakpuasan pelanggan yang akan menyebabkan berkurangnya konsumen dikemudian hari dan mencegah adanya persaingan perusahaan dibidang yang sama. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan citra yang baik untuk perusahaan dan juga mampu menarik konsumen atau pelanggan baru dikemudian hari untuk ikut serta bertransaksi dalam perusahaan.

2. Pengaruh Simultan Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) secara simultan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan di PT. Multi Media Grafika Makassar. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai Fhitung sebesar 31,618 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan $31,618 > 2,33$ dan $0,000 < 0,05$. Maka, hasil dari pengujian simultan dalam penelitian menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.

3. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Empati (*Empathy*) merupakan variable yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar. Hal ini dibuktikan karena variable empati (*Empathy*) memiliki nilai koefisien regresi paling tinggi dan bernilai positif yaitu sebesar 0,675 dibandingkan dengan nilai koefisien regresi variabel independent lainnya. Jika Empati (*Empathy*) mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,675. Maka dari hasil pengujian regresi yang menunjukkan variable Empati (*Empathy*) merupakan variable yang paling dominan berpengaruh menyatakan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak. H_3 menyatakan diduga kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu Daya Tanggap (*Responsiveness*), namun pada dasarnya Daya Tanggap (*Responsiveness*) menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka dari itu pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar belum merasa puas dengan respon yang diberikan oleh pihak percetakan dan sangat merasa puas terhadap empati yang diberikan oleh karyawan PT. Multi Media Grafika Makassar.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wibisono & , 2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung” dengan hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) tidak berpengaruh signifikan dan Empati (*Empathy*) berpengaruh signifikan. Penelitian tersebut juga menyatakan secara simultan bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variable yang paling dominan adalah variable Empati (*Empathy*).

KESIMPULAN

1. Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Multi Media Grafika Makassar.

2. Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik (*Tangible*) secara simultan bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan.
3. Variable yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Multi Media Grafika Makassar yaitu Empati (*Empathy*).

SARAN

1. PT. Multi Media Grafika Makassar harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dari segi Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) agar memberikan tingkat kepuasan pelanggannya dan mengurangi keluhan-keluhan dari pelanggan. Hal tersebut menjadi alasan pelanggan akan setia dengan perusahaan dan dapat merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.
2. Untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan kajian penelitian ini, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhini, N. F. (2017). Pengertian kualitas pelayanan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dilulio, J. (n.d.). *Means Changing Personnel and*. 1994.
- Gita Arneni, N. P. (2018). Hubungan Kelas Antenatal Mengenai Program Perencanaan Persalinan dan Pencegahan Komplikasi dengan Kesiapan Persalinan Ibu Hamil Trimester III. *Diploma Thesis, Jurusan Kebidanan*, 32.
- Hendrianto, H., Natalisa, D., & Eka, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobile Broadband Di Kota Palembang. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 16(1), 43–63. <https://doi.org/10.32524/jkb.v16i1.573>
- Iii. (2011). *Ninoy Yudhistya Sulistiyono, 2013 Gambaran Asupan Zat Gizi Dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan Universitas Pendidikan Indonesia / repository.upi.edu* 19. 19–29.
- Latief, F., & Nur, Y. (2019). Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Minat. *Bongaya Journal of Research in Management*, 2(2), 1–11.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Ningtyas, M. (2014). Metode Penelitian, 32–41.
- NS Ramadhini. (2022). BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori 2.1.1. E-Commerce 2.1.1.1. Pengertian E-Commerce. 10–23.
- Oliver, U. A. Y. (2014). Defenisi Kepuasan Pelanggan Menurut Kotler & Keller (201. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 8–25.

-
- Perwira, B., Yulianto, E., & Kumadji, S. (2016). Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 46–54.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129.
- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101.
- Rofiyanti, S. M., Kiswati, O., Dan, Z., & Farradia, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Oke Print Cabang Cibinong. *Jurnal Manajemen/*.
- Sunyoto, P. K. dan. (2013). Kajian Teori, Kepuasan Konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Development*, 5(1), 55–69.
- Wibisono, A., & , S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2), 32.
- Z, N. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 666–670.