

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dino Dadi Fotocopy

R.M. Sugengriadi¹, Rifqi Jalu Pramudita², Fatina Rijanatun³

¹²³Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Texmaco, Indonesia
Email: sugeng.riadi@stttxmaco.ac.id; rifqi.jalu@stttxmaco.ac.id; fatinarija231@gmail.com

Received 27 Agustus 2025 | Revised 11 September 2025 | Accepted 24 September 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dino Dadi Fotocopy. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, Populasi yang digunakan seluruh pelanggan Dino Dadi Fotocopy. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data pengunjung minggu ke empat yang berkunjung ke Dino Dadi Fotocopy dengan jumlah 67 pengunjung, dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat error 10% maka sampel yang diperoleh sebanyak 40 konsumen. Teknik Analisa data yang digunakan adalah Uji Instrumen, uji Analisa Stataistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis serta analisis regresi linear berganda. menggunakan program SPSS versi 30. Variabel yang diamati meliputi Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Hasil penelitian yang dilakukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t-hitung untuk variabel Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy tidak mencapai t-tabel pada $\alpha = 0,05$. Kontribusi kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan(X2) 10,1% sementara 89,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, SPSS, Analisis Regresi.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality on customer satisfaction of Dino Dadi Photocopy. The research method used is a descriptive method with a quantitative approach, the population used by all Dino customers is Photocopy. The population used in this study is data at the end of the fourth week who visited Dino Dadi Fotocopy with a total of 67 visitors, using the Slovin formula with an error rate of 10%, then the sample obtained was 40 consumers. The data analysis techniques used are Instrument Test, Descriptive Static Analysis Test, Classical Assumption Test, Hypothesis Test and multiple linear regression analysis. using the SPSS version 30 program. The variables observed include Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The results of the research conducted showed that service quality did not have a significant effect on customer satisfaction. The t-count values for the variables Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy did not reach the t-table at $\alpha = 0.05$. The contribution of service quality (X1) to customer satisfaction (X2) was 10.1% while 89.9% was influenced by other factors that were not studied

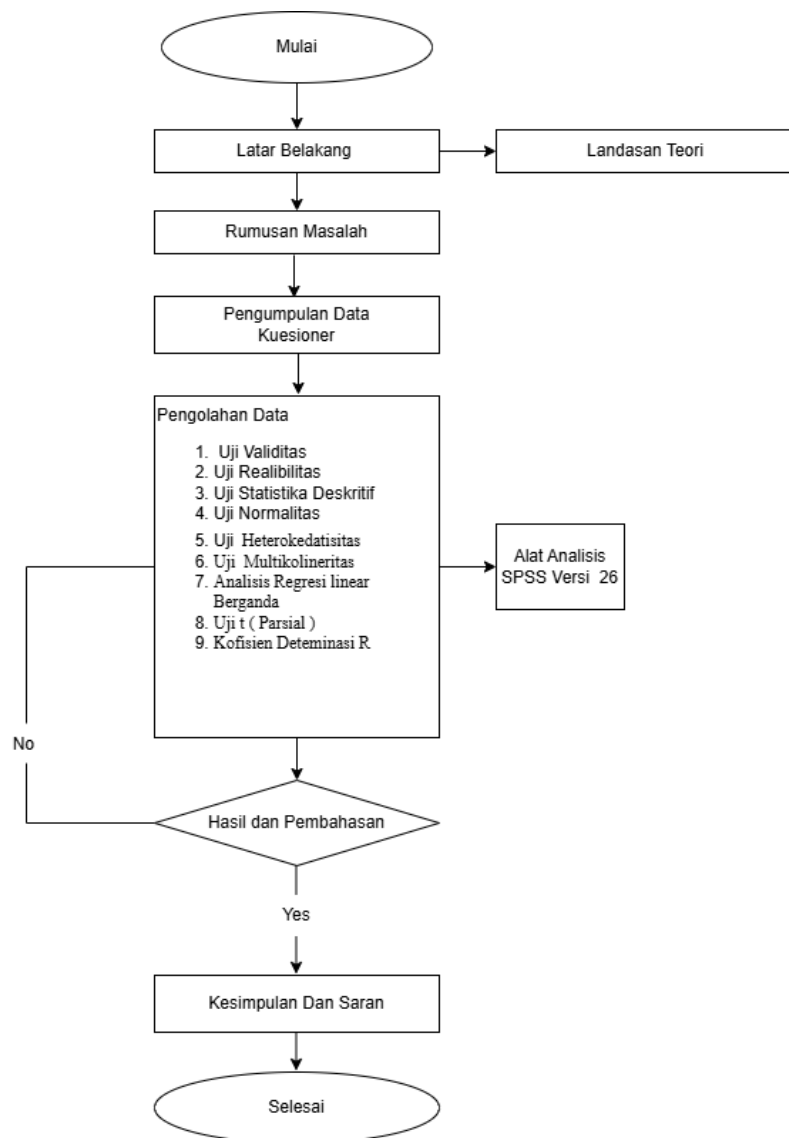
Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, SPSS, Regression Analysis

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, mesin fotokopi juga mengalami perkembangan, mulai dari mencetak hitam putih hingga mampu menghasilkan salina berwarna yang menyerupai dokumen asli. Kecanggihan ini membuat peluang usaha baru yang menajikan, salah satunya adalah usaha fotokopi[1]. Kualitas Pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh peyedian jasa dengan baik. Kualitas pelayan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antar apa yang di tawarkan oleh perusahaan pelayan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi kerja. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh seseorang secara maksimal dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan[2].

2. METODE

2.1 Diagram Alir Penelitian



Gambar 1 Flow chart

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Dino Dadi fotokopi yang kebetulan berkunjung ke toko minggu ke empat berjumlah 64 dan sampelnya adalah 40 orang. penulis menerapkan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental*. Teknik *Accidental* sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau *accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang-orang yang ditemui itu cocok dijadikan sumber data.

2.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dalam suatu objek penelitian. Data primer dari penelitian ini diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen Dino Dadi Fotocopy.

2. Data Sekunder

Adalah jenis data dan informasi dalam bentuk jadi yang telah dimiliki oleh pemilik Dino Dadi Fotocopy. Misalnya data dokumentasi yang berisi tentang sejarah singkat Dino Dadi fotocopy serta literatur-literatur dan referensi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dan sebagainya.

2.4 Teknik Pengumpulan data

1. Kuesioner atau angket

Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan ke pada respondent Dino Dadi Fotocopy. Kuesioner tersebut terdiri dari 19 pertanyaan dengan menggunakan skala *likert* dengan jawaban sangat tidak puas hingga sangat puas dan sangat tidak baik sampai sangat baik (skala 1 sampai 5).

2. Wawancara

melakukan wawancara dengan pemilik Dino Dadi Fotocopy, hal ini dilakukan dalam bentuk diskusi dan melalui percakapan dengan pihak pemilik guna mendapat informasi.

2.5 Alat Analisi

Pada Penelitian ini, penulis menggunakan alat bantu untuk mengolah data dengan menggunakan aplikasi *SPSS* adalah kepanjangan dari *Statistical Package for the Social Sciences* adalah *software* yang berfungsi untuk untuk mengolah dan menganalisis data. Software yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS* versi 26.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

DINO DADI Fotocopy salah satu perusahaan Fotocopy yang secara geografis memiliki letak yang strategis yaitu berada di Jalan Raya, Dusun I, Banjarsari Wetan, Kec. Sumbang, Kab. Banyumas. Dino Dadi Fotocopy berdiri pada tahun 2010 memiliki area yang cukup luas dan terletak dipinggir jalan. Dino Dadi Fotocopy buka Senin – Sabtu pukul 09.00 sampai pukul 17.00 dan untuk hari Minggu tutup. Dino Dadi Fotocopy ini didirikan Oleh Bapak Sudirno Dan Ibu Waryati.

3.2 Pengumpulan Data

Tabel 1 pengamatan pelanggan dalam satu bulan

Minggu	Jumlah Pelanggan
1	48
2	56
3	64

Minggu	Jumlah Pelanggan
4	67

Menurut [3] Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data pengunjung minggu ke 4. Dalam penelitian ini jumlah populasi pelanggan dengan batas kesalahan yang digunakan adalah 10%, diketahui $N = 67$ pelanggan. Maka dengan mengikuti perhitungan di atas hasilnya :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} & (1) \\
 n &= \frac{67}{1 + 67 \cdot 0,1^2} \\
 n &= \frac{67}{1 + 0,67 \cdot 0,01} \\
 n &= \frac{67}{1 + 0,68} \\
 n &= \frac{67}{1,68} = 39,88
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapat jumlah pengambilan sampel yakni 39,88 dibulatkan ke atas menjadi 40 orang pelanggan dengan dasar *Teknik Accidental sampling*.

3.3 Hasil Penelitian

3.3.1 Deskriptif Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Dino Dadi fotocopy

Deskriptif data kualitas pelayanan ini untuk mengetahui tanggapan parara respondent tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen Dino Dadi fotocopy dengan kuesioner yang didapat dari kuesioner yang telah dibagikan. Variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) yang terdiri dari 5 indikator/dimensi, yaitu : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empaty [4] :

1. Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Tabel 2 Hasil analisis variabel Bukti Fisik (Tangibles)

No	pertanyaan	minimum	maximum	rerata	standar deviasi
1	x1p1	3	5	4,27	0,75
2	x1p2	3	5	4,1	0,744
3	x1p3	1	5	3,45	1,175
4	x1p4	3	5	4,45	0,677

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan pada dimensi bukti fisik (tangible) maka diketahui nilai rerata tertinggi ada pada pertanyaan 4 sebesar 4,45 dan nilai rerata terendah ada pada pertanyaan 3 sebesar 3,45. Dan hasil analisis deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan repondent pada setiap pertanyaan.

Tabel 3 Hasil variabel Realibility (Keandalan)

No	Pertanyaan	Minimum	Maximum	Rerate	Standar Deviasi
1	x2p1	3	5	4,2	0,757
2	x2p2	3	5	4,1	0,708
3	x2p3	3	5	4,02	0,8
4	x2p4	3	5	4,35	0,699
5	x2p5	3	5	4,1	0,671

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan pada dimensi Keandalan (Realibility) maka diketahui nilai rerata tertinggi ada pada pertanyaan 4 sebesar 4,35 dan nilai rerata terendah

ada pada pertanyaan 2 dan 5 dengan nilai 4,1. Dari hasil analisis deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan respondent pada setiap pertanyaan.

Tabel 4 Hasil Dimensi Daya Tangap (*Responsiveness*)

No	Pertanyaan	Minimum	maximum	rerate	standar deviasi
1	x3p1	2	5	3,95	0,845
2	x3p2	3	5	3,95	0,828
3	x3p3	3	5	4,1	0,744

Sumber : Data Diolah,2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) maka diketahui rerata tertinggi ada pada pertanyaan 3 sebesar 4,1 dan nilai rrate terendah ada pada 1 dan 2 dengan nilai 3,95. Dari hasil analisis deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan respondent pada setiap pertanyaan.

Tabel 5 Hasil Dimensi Jaminan (*Assurance*)

No	Pertanyaan	Minimum	maximum	rerate	standar deviasi
1	x4p1	2	5	4,2	0,891
2	x4p2	3	5	4,12	0,757
3	x4p3	3	5	4,1	0,708

Sumber: Data Diolah,2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada dimensi Jaminan (*Assurance*) maka diketahui rerate tertinggi ada pada pertanyaan 2 sebesar 4,12 dan nila terendah rarate ada pada pertanyaan 3 dengan nilai 4,1. Dari hasil analisis deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan respondent pada setiap pertanyaan.

Tabel 6 Hasil Dimensi Empaty

No	Pertanyaan	Minimum	maximum	rerate	standar deviasi
1	X5p1	3	5	4,25	0,707
2	X5p2	3	5	4,2	0,686
3	X5p3	1	5	3,8	0,992
4	X5p4	3	5	4	0,679

Sumber : Data diolah,2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada demensi Empaty maka diketahui rrate tertinggi ada pada pertanyaan 1 sebesar 4,25 dan nilai terenda rarate ada pada pertanyaan 3 dengan nilai 3,8. Dari hasil deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan respondent pada setiap pertanyaan.

2. Hasil Deskriptif Analisis Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)

Tabel 7 Hasil Dimensi Bukti Fisik

No	pertanyaan	minimum	maximum	rerata	standar deviasi
1	y1p1	3	5	4,45	0,597
2	y1p2	3	5	4,15	0,622
3	y1p3	3	5	3,9	0,744
4	y1p4	3	5	4,55	0,677

Sumber : Data diolah,2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada dimensi Bukti fisik maka diketahui rerate tertinggi pada pertanyaan 4 sebesar 4,55 dan nilai terendah pada pertanyaan 3 dengan nilai 3,9. Dari hasil deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan responden pada setiap pertanyaan.

Tabel 8 Hasil Dimensi Keandalan

No	Pertanyaan	Minimum	Maximum	Rerate	Standar Deviasi
1	y2p1	3	5	4,27	0,598
2	y2p2	3	5	4,17	0,594
3	y2p3	2	5	4,12	0,757
4	y2p4	2	5	4,3	0,723
5	y2p5	3	5	4,3	0,686

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada dimensi keandalan maka diketahui rerate tertinggi pada pertanyaan 1 sebesar 4,27 dan nilai terendahnya pada pertanyaan 4 dan 5 dengan nilai 4,5. Dari hasil deskriptif diketahui standar deviasi yang tidak berbeda jauh yang artinya terdapat kesamaan variasi jawaban pilihan responden pada setiap pertanyaan.

Tabel 9 Hasil Daya Tanggap

No	Pertanyaan	Minimum	maximum	rerate	standar deviasi
1	y3p1	3	5	4,27	0,678
2	y3p2	2	5	4,02	0,861
3	y3p3	3	5	4,1	0,744

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada dimensi daya tanggap maka diketahui rerate tertinggi pada pertanyaan 1 sebesar 2,27 dan nilai rerate terendah pada pertanyaan 2 dengan nilai 4,02. Dari hasil deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan responden pada setiap pertanyaan.

Tabel 10 Hasil Dimensi Jaminan

No	Pertanyaan	Minimum	maximum	rerate	standar deviasi
1	y4p1	2	5	4,05	0,714
2	y4p2	2	5	4,22	0,659
3	y4p3	3	5	4,3	0,607

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada dimensi jaminan maka diketahui rerate tertinggi pada pertanyaan 2 sebesar 4,22 dan nilai rerate terendah pada pertanyaan 1 dengan nilai 4,05. Dari hasil deskriptif diketahui standar deviasi yang berbeda yang artinya terdapat variasi jawaban pilihan responden pada setiap pertanyaan.

Tabel 11 Hasil dimensi Empaty

No	Pertanyaan	Minimum	maximum	rerate	standar deviasi
1	y5p1	3	5	4,27	0,64
2	y5p2	3	5	4	0,751
3	y5p3	3	5	4,07	0,655
4	y5p4	3	5	4,07	0,797

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan analisis deskriptif pada dimensi Empaty maka diketahui rerate tertinggi pada pertanyaan 1 sebesar 4,27 dan nilai rerate terendah pada pertanyaan 2 dengan nilai 4. Dari hasil deskriptif diketahui setandar deviasi

3.3.2 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Proses pengujian ini dilakukan mnnggunakan SPSS versi 26. Uji validitas yang dilakukan yakni mnnggunakan r tabel pada $\alpha=5\%$ dan $N=40$ pada penilaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berikut hasil Validitas Variabel V dan Variabel Y[5] :

Tabel 12 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel X	r hitung	r tabel	keterangan
x1p1	0,529	0,312	valid
x1p2	0,566	0,312	valid
x1p3	0,634	0,312	valid
x1p4	0,498	0,312	valid
x2p1	0,555	0,312	valid
x2p2	0,645	0,312	valid
x2p3	0,598	0,312	valid
x2p4	0,411	0,312	valid
x2p5	0,569	0,312	valid
x3p1	0,797	0,312	valid
x3p2	0,611	0,312	valid
x3p3	0,715	0,312	valid
x4p1	0,615	0,312	valid
x4p2	0,54	0,312	valid
x4p3	0,665	0,312	valid
X5p1	0,689	0,312	valid
X5p2	0,645	0,312	valid
X5p3	0,741	0,312	valid
X5p4	0,755	0,312	valid

Sumber : data diolah, 2024

Tabel 13 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel Y	r hitung	r tabel	keterangan
y1p1	0,724	0,312	valid
y1p2	0,74	0,312	valid
y1p3	0,563	0,312	valid
y1p4	0,605	0,312	valid
y2p1	0,729	0,312	valid
y2p2	0,581	0,312	valid
y2p3	0,83	0,312	valid
y2p4	0,787	0,312	valid
y2p5	0,763	0,312	valid
y3p1	0,786	0,312	valid
y3p2	0,819	0,312	valid
y3p3	0,783	0,312	valid
y4p1	0,742	0,312	valid
y4p2	0,702	0,312	valid
y4p3	0,519	0,312	valid
y5p1	0,814	0,312	valid
y5p2	0,879	0,312	valid
y5p3	0,717	0,312	valid
y5p4	0,897	0,312	valid

Sumber : data diolah,2024

Berdasarkan dari hasil uji validitas variabel,variabel yang terdiri dari Tangibel, Realibility, Responseveness, Jaminan, Empaty, dengan jumlah sampel 40 (n=40) menunjukkan bahwa seluruh Rhitung lebih besar dari rtabel 0,312 dengan nilai signifikan 5%. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner dinyatakan valid[6].

2. Uji Realiabel

[7]Hasil pengukuran reliabel jika memiliki nilai *Alpa Cronback* >0,6. Berdasarkan pendapat tersebut maka kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6, maka instrumen reliabel.

Jika nilai Cronbbach's Alpha <0,6, maka instrume tidak reliabel

Tabel 14 Hasil Uji Reabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	19

Sumber : Hasil SPSS 30,2024

Hasil uji realibility variabel X diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* sebesar 0,909 > 0,60 maka variabel diatas dinyatakan reliabel dan dinyatakan dengan nilai keandalan tinggi.

Tabel 15 Uji Reabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.953	19

Sumber : hasil SPSS 30,2024

Hasil uji realibility variabel Y diketahui *bahwa Cronbach's Alpha* sebesar 0,953 > 0,60 maka variabel diatas dinyatakan reliabel dan dinyatakan dengan nilai keandala sangat tinggi. Hasil dari tabel di atas pengujian reability terhadap item pernyataan diperoleh *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan telah memenuhi memenuhi syarat reabelitas atau dengankata lain bahwa kuesioner penelitian dinyatakan reliabel sebagai instrument penelitian.

3.3.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal atau atau tidak.Jika nilai signifikasi pada tiap-tiap variabel > 0,05 maka diterima dan data berdistribusi normal. Jika nilai signifikan pada tiap-tiap variabel < 0,05 maka ditolak dan data tidak berdistribusu normal[8].

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan SPSS 26 maka terdapat hasil uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 16 Hasil Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

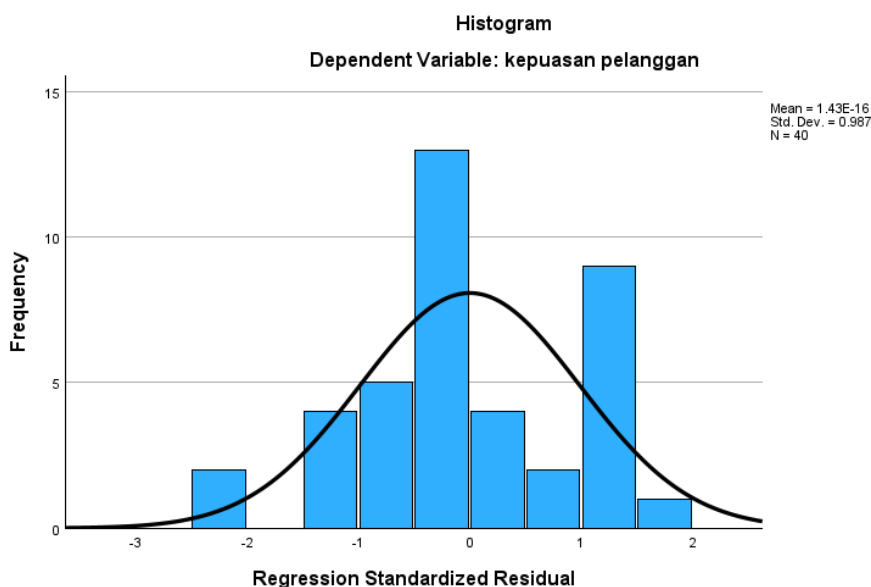
Unstandardize

		d Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.60216512
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.115
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah,2024

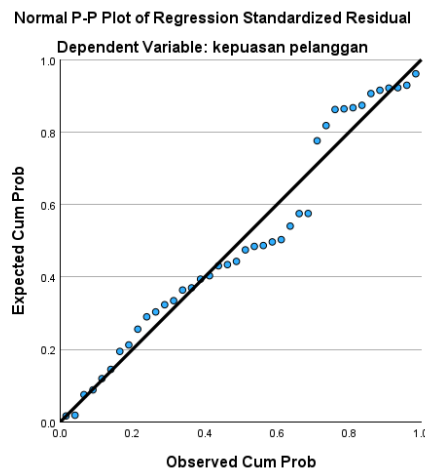
Berdasarkan tabel uji normalitas Kolmogori-Smirnov diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.Sig.(2-tailed) dari residual sebesar 0,125 > 0,05 dinyatakan terdistribusi norma[9].



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Pada Histogram

Sumber : hasil SPSS 26 data primer,2024

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa data penelitian menunjukkan bentuk normal karena data terdistribusi normal dimana pola distribusi tidak terjadi kemiringan, sehingga dapat disimpulkan data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas data.



Gambar 3 Hasil Uji Normalita pada grafik P-Plot of Regression Standardized Residual

Sumber: Hasil SPSS 26 Data Primer, 2024

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal menyebar mengikuti dan mendekati garis diagonal yang ada. Maka model regresi layak dipakai karena kepuasa pelanggan (variabel terikat) dan atribut kualitas pelayanan (variabel bebas) keduanya mempunyai distribusi normal.

2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Heteroskedastisitas
2. Uji Multikoline

Uji asumsi klasik tidak dilakukan, penelitian ini hannya menggunakan asumsi yang sudah memenuhi uji asumsinya.

3.3.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan analisis data menggunakan SPSS 26, maka diperoleh persamaan regresi, sebagai berikut :

Tabel 17 Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	67.992	14.430		4.712	<,001
	Tangibel (Bukti Fisik	-1.632	1.085	-.379	-1.505	.142
	Keandalan (Realibility) X2	.491	.930	.125	.528	.601
	Daya Tanggap X3	-.141	1.242	-.029	-.114	.910
	Jaminan X4	.950	1.298	.173	.732	.469
	Emphaty X5	1.111	1.014	.289	1.095	.281

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber : Hasil data SPSS 26,2024

Hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 67,992 - 1,632X_1 + 0,491X_2 - 0,141X_3 + 0,950X_4 + 1,111X_5$$

1. Nilai 67.992 adalah constanta, artinya jika variabel kualitas pelayanan terdiri dari Tangibel (bukti fisik), Keandalan (realibility), daya tanggap, jaminan, empathy nilainya sama dengan 0 (nol), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) bernilai 67.992.
2. Nilai -1.632 adalah besarnya koefisien regresi untuk variabel Tangibel (X_1). Nilai koefisien regresi untuk variabel tangibel (X_1) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan pelanggan (Y) yang berarti setiap peningkatan nilai Tangibel (X_1) sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami tingkat penurunan sebesar 67.992 dengan asumsi variabel lain nilainya konstan.
3. Nilai 0,491 adalah besarnya koefisien regresi untuk variabel keandalan (X_2). Nilai koefisien regresi untuk variabel keandalan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang berarti setiap peningkatan nilai keandalan (X_2) sebesar satuannya, maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 67,992 dengan asumsi variabel lain nilainya konstan.
4. Nilai -0,141 adalah besarnya koefisien regresi untuk variabel Daya Tanggap (X_3), nilai koefisien regresi untuk variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh negatif terhadap kepuasan Pelanggan (Y) yang berarti setiap peningkatan nilai daya tanggap (X_3) sebesar 1 satuan maka, kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar 67,992 dengan asumsi variabel lain nilainya konstan.
5. Nilai 0,950 adalah besarnya koefisien regresi untuk variabel Jaminan (X_4), nilai koefisien regresi untuk variabel Jaminan (X_4) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang berarti setiap peningkatan nilai variabel Jaminan (X_4) sebesar 1 satuan maka, kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 67,992 dengan asumsi variabel lain nilainya konstan.
6. Nilai 1.111 adalah besarnya koefisien regresi untuk variabel Empaty (X_5), nilai koefisien regresi untuk variabel Empaty berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang berarti setiap peningkatan nilai variabel Empaty (X_5) sebesar 1 satuan maka, kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 67,992 dengan asumsi variabel lain nilainya konstan.

3.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 18. Hasil Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.317 ^a	.101	-.032	9.860

a. Predictors: (Constant), Empathy X_5 , Keandalan (Realibility) X_2 , Jaminan X_4 , Tangibel (Bukti Fisik) X_1 , Daya Tanggap X_3

Sumber : Hasil data SPSS, 2024

Koefisien Determinasi berfungsi untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dari tabel 18 hasil koefisien determinasi diatas diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0.101. Nilai R Square ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau R, yaitu $0,317 \times 0,317 = 0,101$ atau dapat diartikan

bahwa sumbangan variabel independent (X) sebesar 10,1% terhadap kepuasan konsumen (Y). sedangkan sisanya ($100\% - 10,1\% = 89,9\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang tidak diteliti.

3.3.6 Uji Parsial (T)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel X dan Y. apakah variabel Tangibel (Bukti Fisik) X_1 , Keandalan (Realibility) X_2 , Daya Tanggap X_3 , Jaminan X_4 , Empaty X_5 . dapat dilihat sebagai berikut [10]:

Tabel 5. Hasil Uji Variabel Parsial (T)

Model	t_{tabel}	t	Sig.
1 (Constant)		4.712	.000
Tangibel (Bukti Fisik) X_1	1,686	-1.505	.142
Keandalan (Realibility) X_2	1,686	.528	.601
Daya Tanggap X_3	1,686	-.114	.910
Jaminan X_4	1,686	.732	.469
Emphyaty X_5	1,686	1.095	.281

Sumber : Hasil data SPSS 26, 2024

Adapun ketentuan mencari Uji t adalah sebagai berikut :

$N-2$

$N=40-2=38$ maka t_{tabel} nya 1,686

Berdasarkan uraian tabel dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} untuk bukti fisik (*Tangibel*/ X_1) sebesar -1,505 jika dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu 1,686 maka $t_{\text{hitung}} < \text{dari } t_{\text{tabel}}$ atau $1,505 < 1,686$ dengan tingkat signifikan 0,142 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel tangibel(X_1) terhadap kepuasan pelanggan pada Dino Dadi Fotocopy.
2. Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} Realibility (X_2) sebesar 0,528 jika dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu 1,686 maka $t_{\text{hitung}} < \text{dari } t_{\text{tabel}}$ atau $0,528 < 1,686$ dengan tingkat signifikan 0,601 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Realibility (X_2) terhadap kepuasan pelanggan pada Dino Dadi Fotocopy.
3. Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} untuk Daya Tanggap (X_3) sebesar -0,114 jika dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu 1,686 maka $t_{\text{hitung}} < \text{dari } t_{\text{tabel}}$ atau $0,114 < 1,686$ dengan tingkat signifikan 0,910 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Daya Tanggap (X_3) terhadap kepuasan pelanggan Dino Dadi Fotocopy.
4. Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} Jaminan (X_4) sebesar 0,732 jika dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu 1,686 maka $t_{\text{hitung}} < \text{dari } t_{\text{tabel}}$ atau $0,732 < 1,686$ dengan tingkat signifikan 0,469 Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Jaminan (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Dino Dadi Fotocopy.
5. Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} Empaty (X_5) sebesar 1,095 jika dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu 1,686 maka $t_{\text{hitung}} < \text{dari } t_{\text{tabel}}$ atau $1,095 < 1,686$ dengan tingkat signifikan 0,281 sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antar variabel Empaty (X_5) terhadap kepuasan pelanggan Dino Dadi Fotocopy.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tangibel (Bukti Fisik) X_1 , Keandalan (Realibility) X_2 , Daya Tanggap X_3 , Jaminan X_4 , Empaty X_5 , tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada hasil penelitian dan pembahasan dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pembuktian hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh negatif antar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari nilai t_{hitung} dari Berdasarkan hasil analisis diperoleh t_{hitung} untuk Tangibel (X_1) sebesar 1,505, Realibility (X_2) sebesar 0,528, Daya Tanggap (X_3) sebesar 0,114, Jaminan (X_4) sebesar 0,732, Emphaty (X_5) sebesar 1,095 jika dibandingkan dengan t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan $n = 38$ maka t_{tabel} nya 1.686. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tangibel (Bukti Fisik) X_1 , Keandalan (Realibility) X_2 , Daya Tanggap X_3 , Jaminan X_4 , Empaty X_5 , tidak berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen.
2. Besarnya angka koefisien determinan atau R Square adalah sebesar 0,101 atau sama dengan 10,1%. Hal ini menunjukan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara simulat (bersama-sama) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 10,1%. Dikarenakan Nilai R Square kecil Artinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh rendah. Sedangkan sisanya ($100\% - 10,1\% = 89,9\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] 1 Amir Hamzah, 2. H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen . *Vol.1 No.2 Mei 2024* , 23-34.
- [2] Afikarina Purwaningrum¹, M. A. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN . *Volume 1, Nomor 2, Oktober 2022* .
- [3] Apriani*, R. M. ((2019)). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN . *Vol. 6/No. 2* , 121-134 .
- [4] Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit . *Volume 6, No. 1, Februari 2021* , Hal. 38-49.
- [5] Dio RamadhaniAue¹, Z. A. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP . *Volume 2, Nomor 1, Juni Tahun 2023* , 77-87.
- [6] Intan Maratun ¹), G. S. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN . *Vol.21 No.3 Juli 2023* .
- [7] Ismail¹, T., & Yusuf², R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN. *Vol. 5 No. 3, 2021*.
- [8] Jeheskiel Ariel Patasik¹, S. B. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada . *Vol. 1 No. 1, Januari - Juni 2024* , 1-5.
- [9] Meidatuzzahra, D. (2019). PENERAPAN ACCIDENTAL SAMPLING UNTUK MENGETAHUI PREVALENSI . *Vol.13 No.1/Juni 2019* .

- [10] Mery Oktavia Giawa¹), M. S. (2022). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN . *Volume 18 No 1 April 2022* .
- [11] Muhlis Sholehudin ¹), S. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP . *Vol. 2 No. 2* .
- [12] Roynaldus A. K. Agung, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. . *Vol. 3 No 1 Mei 2023* .