

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Band Sensor Indonesia*

Nyimas Melda Raffliyanti¹, Eka Kurnia Saputra², Octojaya Abriyoso³, Dwi Septi Haryani⁴
^{1,2,3,4}STIE PembangunanTanjungpinang
E-mail: nyimasm@gmail.com¹

Article History:

Received: 27 Juni 2024

Revised: 10 Juli 2024

Accepted: 12 Juli 2024

Keywords: *Kualitas,
Pelayanan, Kepuasan,
Pelanggan, Band*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Band Sensor Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 224 orang konsumen Band Sensor Indonesia. Sampel diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin dengan dengan menghasilkan 144 konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian yang diambil oleh peneliti merupakan salah satu Band yang ada di Kota Tanjungpinang yaitu Band Sensor Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan penyebaran kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Band Sensor Indonesia atau hipotesis (H_a) diterima dengan nilai thitung variabel kualitas pelayanan yaitu $17,970 > 1,963$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi R^2 dalam penelitian ini yaitu $0,680$ maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Band Sensor Indonesia dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 68% . Sedangkan sisanya 32% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan Band Sensor Indonesia.*

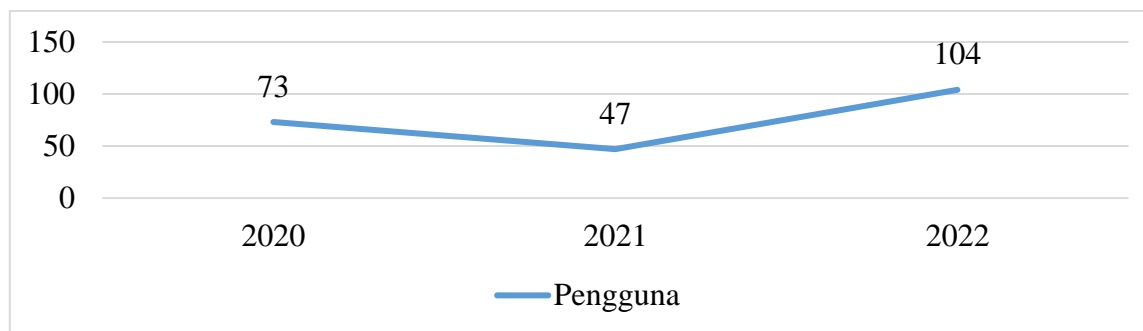
PENDAHULUAN

Keunggulan pelayanan didalam suatu organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang. Mengingat betapa pentingnya peran kualitas bagi pelayanan kehidupan suatu organisasi atau perusahaan untuk berupaya meningkatkan potensi yang dimiliki, agar kualitas dan kuantitas pelayanan tersebut dapat bersaing atau setidaknya mampu mengimbangi laju persaingan di dunia usaha.

Musik merupakan karya cipta berupa bunyi atau suara yang memiliki nada, irama dan keselarasan. Kualitas musik Indonesia tidak kalah dengan kualitas musik dunia, musisi Indonesia perlu di apresiasi dengan karya dan kualitasnya yang baik. Jumlah produksi musik baik berupa album maupun *single* di Indonesia sudah semakin banyak. Terdapat banyak sekali *band* ternama di Indonesia yang mempunyai karakteristik tersendiri. *Band-Band* Indonesia juga tidak hanya menyajikan penampilan di Indonesia saja tetapi juga diluar Indonesia di buktikan dengan meluasnya lagu Indonesia di Negara lain dan mendapat komentar positif yang dapat dilihat dari postingan instagram, Youtube dan sebagainya yang secara tidak langsung membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Band* Indonesia memberikan kepuasan tersendiri dalam mendengarkan ataupun membawakan lagu Indonesia.

Lukman dan Moenir (Batinggi, A Badu, 2013), mengatakan “Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan”. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan.

Sebagai bahan pertimbangan, data pendukung tentang kepuasan pelanggan *Band* Sensor Indonesia yang dapat disajikan yaitu tingkat pengguna *Band* Sensor Indonesia dari tahun 2020 – 2022 yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Pengguna Jasa Band Sensor Indonesia

Berdasarkan Gambar 1 pengguna jasa *Band* Sensor Indonesia di atas maka dapat diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah pengguna pada tahun 2021 yang sebelumnya 73 menjadi 47. Pengguna *Band* Sensor Indonesia menurun pada tahun 2021 karena pandemi Covid-19. Kemudian pada tahun 2022 terjadi kenaikan jumlah pengguna yang sebelumnya 47 menjadi 104. Pengguna *Band* Sensor Indonesia meningkat pada tahun 2022 karena penyebaran vaksin Covid-19 yang sudah tinggi sehingga menyebabkan pembatasan perjalanan dan kumpul-kumpul telah dicabut atau dikurangi yang memungkinkan *Band* Sensor Indonesia kembali tampil di depan penonton secara langsung.

Terkait dengan permasalahan kualitas pelayanan pada *Band* Sensor Indonesia terdapat beberapa fenomena utama didalamnya yaitu pada masalah *genre* musik yang kerap menjadi problema tersendiri untuk *Band* ini banyaknya permintaan konsumen dengan bermacam *genre* membuat *Band* Sensor Indonesia sedikit kewalahan seperti pada moment pernikahan, calon pengantin yang mayoritas anak muda menginginkan alunan musik pop mendayu ataupun musik barat romantis sedangkan pihak keluarga pengantin sendiri menginginkan nuansa lama ataupun dangdut yang tentu saja tidak semua dapat dibawakan oleh *Band* Sensor Indonesia, mengingat umur para personil yang masih terbilang muda. Selain itu, terdapat permasalahan pada kepuasan pelanggan *Band* Sensor Indonesia yaitu mengenai harga penampilan dari *Band* Sensor Indonesia.

Para konsumen merasa harga yang diberikan oleh *Band* ini terlalu tinggi sebelum melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Band Sensor Indonesia*. Hal ini dapat dikatakan wajar karena konsumen tentu ingin mendapatkan hasil yang terbaik dengan harga seminimal mungkin namun ini menjadi masalah untuk *Band Sensor Indonesia* karena harga yang ditentukan tentu sesuai dengan apa yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian yang dilakukan kepada 3 informan yang terdiri dari 2 pelanggan dan 1 personil sebagai berikut: Menurut VR Kualitas pelayanan yang diberikan Sensor Indonesia pada hari pernikahannya sangat memuaskan. Menurut UL dengan harga yang sudah di tetapkan Sensor Indonesia sangat menyesuaikan kualitasnya. Menurut IQ sebagai saxophonist *Band Sensor Indonesia* IQ mengatakan bahwa dirinya bangga bergabung bersama *Band* ini dikarenakan Kualitas Sensor di akui di Tanjungpinang dibuktikan dengan IQ sendiri hampir setiap hari menghibur khalayak ramai bersama *Band* ini.

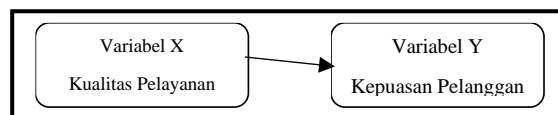
Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Band Sensor Indonesia*

LANDASAN TEORI

Menurut Nashar (2019) manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat terwujudkan. Menurut Ningrum *et al.* (2020) fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui lingkungan pemasarannya, sehingga bisa diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang akan dihadapi.

Kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan (Normasari *et al.* 2013). Kasmir, (2016) faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu jumlah tenaga kerja, kualitas tenaga kerja, motivasi karyawan, kepemimpinan, budaya organisasi, kesejahteraan karyawan, dan lingkungan kerja Afandi, (2018) menyatakan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan, perlu diperhatikan aspek-aspek kualitas pelayanan terbagi menjadi prosedur pelayanan, waktu penyelesaian, biaya pelayanan, produk pelayanan, sarana prasarana, dan kompetensi petugas pemberi pelayanan. Menurut Normasari *et al.*, (2013) indikator kualitas pelayanan dibagi menjadi lima diantaranya: Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik.

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa merupakan suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Panjaitan & Yuliati, 2016). Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indasar (2019) adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan, Menurut Umar, (2011) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk, mutu pelayanan, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 2, dari kerangka pemikiran tersebut hipotesis dalam penelitian ini

yaitu: di duga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada *Band Sensor Indonesia*.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Menurut Sugiyono (2016) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan diperoleh dari hasil kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh studi pustaka berupa literatur dan referensi yang mendukung penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner, observasi, dan studi pustaka.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 224 orang yang merupakan konsumen dari *Band Sensor Indonesia* dari tahun 2020 hingga 2022.

Menurut Sujarweni (2014) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel demhan menggunakan rumus Slovin. Maka perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{224}{1 + 224 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{224}{1 + 224 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{224}{1 + 224 (0,0025)}$$

$$n = \frac{224}{1 + 0,56}$$

$$n = \frac{224}{1,56}$$

$$n = 143,59 \text{ (dibulatkan menjadi 144)}$$

Dengan menggunakan rumus Slovin dengan standart error 5% maka peneliti mendapatkan jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 144 konsumen.

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data menjelaskan prosedur pengolahan dan analisis data sesuai dengan pendekatan yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data yaitu:

pemeriksaan data (*editing*), pengkodean (*coding*), dan pemberian skor (*tabulating*).

Teknik Analisis Data

Menurut Noeraini (2016) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode statistik yang dibantu dengan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang diambil oleh peneliti merupakan salah satu *Band* yang ada di Kota Tanjungpinang yaitu *Band* Sensor Indonesia. *Band* ini berdiri pada tanggal 20 Oktober 2012 yang beranggotakan 8 personil yaitu vokalis wanita yang bernama Nyimas Melda, vokalis pria yang bernama Wijaya, gitaris yang bernama Eru Andrian, saxophone yang bernama Iqbal Ramadhan, bassist yang bernama Bryan Akbar yang juga merupakan pendiri *Band* ini, keyboardist yang bernama Aji, dan juga kedua drummer sensor yang bernama Tata dan juga Zacky.

Band Sensor Indonesia dapat memainkan beberapa *genre* musik seperti pop, melayu, inggris, dangdut dan beberapa *genre* lainnya tergantung permintaan dari konsumen tetapi lebih berfokus pada *genre* pop dikarenakan mengikuti perkembangan zaman dan sesuai permintaan konsumen.

Band Sensor Indonesia memiliki visi yaitu “Mewujudkan generasi muda berprestasi, berani juga berguna untuk masyarakat luas”. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka disusunlah misi *Band* Sensor Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Kreatif dalam membuat *event* musik
2. Memenuhi berbagai kebutuhan serta harapan pelanggan yang berfokus kepada performance,
3. Mengembangkan semangat serta keterampilan performance pada penampil seni lainnya
4. Mengembangkan diri menjadi *Band* yang handal

Karakteristik Data Responden

Dapat diketahui responden berdasarkan umur bahwa responden yang berumur < 20 tahun berjumlah 15 orang dengan persentase 10,4%, responden yang berumur 21–30 tahun berjumlah 104 orang dengan persentase 72,2%, responden yang berumur 31–40 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 8,3%, responden yang berumur 41–50 tahun berjumlah 13 orang dengan persentase 9%. Seluruh responden dalam penelitian ini berjumlah 144 orang dengan persentase 100,0%.

Berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 53 orang dengan persentase 36,8% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 91 orang dengan persentase 63,2%. Seluruh responden dalam penelitian ini berjumlah 144 orang dengan persentase 100,0%.

Berdasarkan Pendidikan dapat diketahui bahwa responden yang berlatar belakang SMA / Sederajat berjumlah 6 orang dengan persentase 4,2%, Kemudian responden yang berlatar belakang D3 berjumlah 13 orang dengan persentase 9%, responden yang berlatar belakang S1 berjumlah 113 orang dengan persentase 78,5%, Kemudian responden yang berlatar belakang S2 berjumlah 12 orang dengan persentase 8,3%. Seluruh responden dalam penelitian ini berjumlah 144 orang

dengan persentase 100,0%.

Berdasarkan pekerjaan dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 8 orang dengan persentase 5,6%, responden yang bekerja sebagai karyawan berjumlah 13 orang dengan persentase 9,0%, responden yang bekerja sebagai wirausaha berjumlah 29 orang dengan persentase 20,1%, responden yang memiliki mata pencarian lainnya berjumlah 94 orang dengan persentase 65,3%. Seluruh responden dalam penelitian ini berjumlah 144 orang dengan persentase 100,0%.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan pada tahap penelitian menggunakan sampel kecil berjumlah 34 responden, sehingga r_{tabel} yang digunakan yaitu 0,3388. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Kualitas Pelayanan (X)	KP1	0,8880	0,3388	Valid
	KP2	0,7840	0,3388	Valid
	KP3	0,7960	0,3388	Valid
	KP4	0,5550	0,3388	Valid
	KP5	0,6000	0,3388	Valid
	KP6	0,7080	0,3388	Valid
	KP7	0,7850	0,3388	Valid
	KP8	0,6700	0,3388	Valid
	KP9	0,7960	0,3388	Valid
	KP10	0,7840	0,3388	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	KPL1	0,7660	0,3388	Valid
	KPL2	0,6400	0,3388	Valid
	KPL3	0,7230	0,3388	Valid
	KPL4	0,7160	0,3388	Valid
	KPL5	0,7680	0,3388	Valid
	KPL6	0,7640	0,3388	Valid
	KPL7	0,7450	0,3388	Valid
	KPL8	0,6160	0,3388	Valid

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji validitas di atas maka dapat diketahui bahwa seluruh r_{hitung} pada butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari r_{tabel} , sehingga seluruh butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat dipergunakan untuk melakukan penelitian berulang.

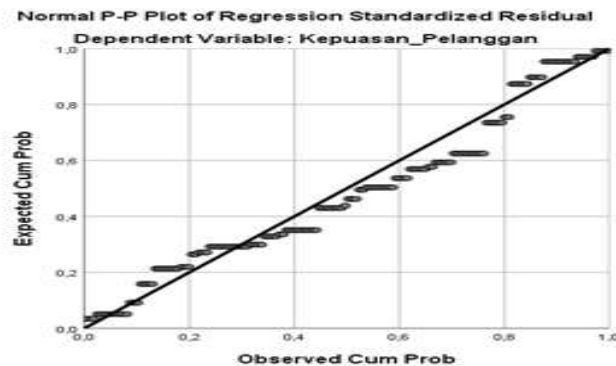
Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronsbach Alpha</i>	Standar	Hasil
Kualitas Pelayanan (X)	0,908	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,863	0,600	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji reliabilitas di atas maka dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronsbach Alpha* di atas 0,600 yang artinya seluruh variabel dalam penelitian ini terbukti memenuhi kriteria uji reliabilitas. Sehingga hasil pengujian akan sama apabila dilakukan pengujian berulang.

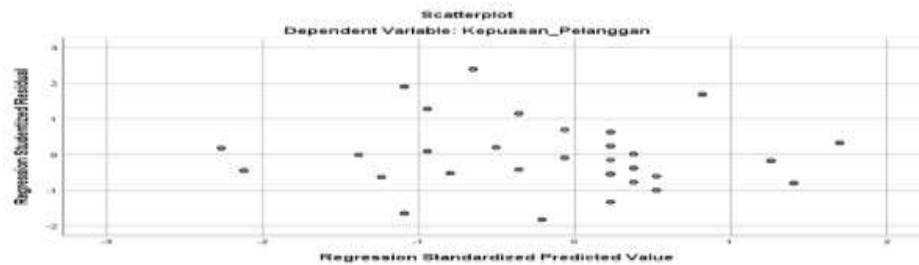
Uji Normalitas



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 3 hasil uji normalitas di atas maka dapat diketahui bahwa data pada grafik *normal probability-plot* tersebar di antara garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka model regresi terdistribusi secara normal

Uji Heterokedastisitas



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 3 uji heterokedastisitas di atas maka dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Regresi Linear sederhana

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	10,661	1,273	8,371	,000
Kualitas_Pelayanan	,566	,033	17,378	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis regresi linear sederhana di atas maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 10,661 + 0,566X + e$$

Dengan penjelasan yang lebih rinci terhadap persamaan regresi di atas yaitu sebagai berikut:

1. Nilai konstanta variabel kepuasan pelanggan yaitu 10,661 yang artinya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan *Band Sensor Indonesia* telah memiliki nilai tetap yaitu 10,661 apabila variabel lainnya diabaikan.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,566 yang artinya apabila kualitas pelayanan *Band Sensor Indonesia* meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pada pelanggan *Band Sensor Indonesia* juga akan meningkat sebesar 0,566. Namun apabila kualitas pelayanan *Band Sensor Indonesia* turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pada pelanggan *Band Sensor Indonesia* ikut turun sebesar 0,566.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji signifikan parameter individual yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan nilai t_{tabel} yaitu 1,963 yang diperoleh dari $df = n - k - 1 = 144 - 1 - 1 = 142$. Sehingga hasil uji signifikan parameter individual yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Signifikan Parameter Individual

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1 (Constant)	10,661	1,273	8,371	,000
Kualitas_Pelayanan	,566	,033	17,378	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji signifikan parameter individual di atas maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan yaitu $17,970 > 1,963$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Band Sensor Indonesia* atau hipotesis (H_a) diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,825 ^a	,680	,678	2,66933

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji koefisien determinasi R^2 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai R^2 dalam penelitian ini yaitu 0,680. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan *Band Sensor Indonesia* dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 68%. Sedangkan sisanya 32% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan yaitu $17,970 > 1,963$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Band Sensor Indonesia* atau hipotesis (H_a) diterima.

Pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan dengan kepuasan Pelanggan pada Kuisisioner

butir pernyataan KP4 pada RHitung 0,5550 yang merupakan nilai uji validitas yang terendah pada kualitas layanan yaitu “*Band Sensor Indonesia* selalu siap dan tanggap dalam permintaan *requestan* lagu.” Hal ini dikarenakan tidak semua permintaan lagu selalu dapat dibawakan oleh *Band Sensor Indonesia*. Selanjutnya pada Kepuasan Pelanggan butir pernyataan KPL8 yang bernilai 0,6160 merupakan nilai uji validitas yang terendah yang menyatakan “*Band Sensor Indonesia* mampu menunjukkan penampilan yang baik”. Sedangkan pada suatu kondisi ada beberapa penampilan *Sensor Indonesia* yang dinilai tidak telalu baik dari biasanya.

Kemudian dari hasil analisis regresi linear sederhana, diketahui bahwa persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebagai $Y = 10,661 + 0,566X + e$. Nilai konstanta variabel kepuasan pelanggan yaitu 10,661 yang artinya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan *Band Sensor Indonesia* telah memiliki nilai tetap yaitu 10,661 apabila variabel lainnya diabaikan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,566 yang artinya apabila kualitas pelayanan *Band Sensor Indonesia* meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pada pelanggan *Band Sensor Indonesia* juga akan meningkat sebesar 0,566. Namun apabila kualitas pelayanan *Band Sensor Indonesia* turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pada pelanggan *Band Sensor Indonesia* ikut turun sebesar 0,566.

Besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dibuktikan dengan uji koefisien determinasi R^2 , diketahui bahwa nilai R^2 dalam penelitian ini yaitu 0,680. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan *Band Sensor Indonesia* dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 68%. Sedangkan sisanya 32% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saripudin *et al.* (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid” Vol. 2 No.1, 2021. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh t hitung 12,465 dan F hitung 155,388 dengan tingkat signifikansi menunjukkan sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan dalam uji R interpretasi koefisien korelasi didapat sebesar 0,789, terbukti kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan atau tingkat hubungan kuat. Dari hasil analisis data penelitian diketahui bahwa kepuasan pelanggan di Restoran Saung Manglid dipengaruhi sebesar 62,3% oleh kualitas pelayanan, sedangkan 37,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Band Sensor Indonesia*, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah

1. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Band Sensor Indonesia*. Hal ini tentunya memberikan indikasi bahwa meningkatnya kualitas layanan akan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada *Band Sensor Indonesia* sudah dapat diterima oleh sebagian besar masyarakat.
2. Persentase pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil pengolahan data dengan nilai r square yaitu sebesar 0,680.
3. Hasil dari uji t diketahui bahwa nilai thitung $17,970 > 1,963$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Band Sensor Indonesia*.
4. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,680. Angka tersebut mengandung arti bahwa variable Kualitas Layanan memberi sumbangan pengaruh pada variable.

5. Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 68%. Sedangkan sisanya 32% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian lain.

DAFTAR REFERENSI

- Batinggi, A Badu, A. (2013). Manajemen Pelayanan Publik. Andi Offset.
- Nashar. (2019). Dasar-Dasar Manajemen. Pena Salsabila.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1–9.
- Dr.Kasmir. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia. PT Raja Grafindo Persada.
- Afandi. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengantar Kepuasan Kerja. Fokusmedia.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265–289.
- Umar, H. (2011). Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2016a). Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, cv.
- Sugiyono. (2016b). Metode Penelitian Manajemen (Setiyawami (ed.)). Alfabeta, cv.
- Sujarweni. (2014). Metodologi Penelitian Lengkap, Prakits, dan Mudah Dipahami. PUSTAKABARUPRESS.
- Kurniawan, D., & Kunto, S. Y. (2013). Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Di Matahari Department Store Cabang Supermall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(2), 3.
- Noeraini, I. A. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 1–17.