

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA JASA DI HOME TAYLOR
BUSANA MUSLIM**

SKRIPSI

OLEH:

**SUHAIMI SAPUTRA
NPM 19.860.0389**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/3/24

Access From (repository.uma.ac.id)28/3/24

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA JASA DI HOME TAYLOR
BUSANA MUSLIM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi
Pada Fakultas Psikologi di Universitas Medan Area

OLEH:

SUHAIMI SAPUTRA

NPM: 19.860.0389

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

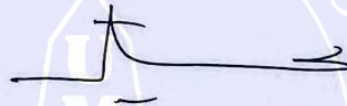
Document Accepted 28/3/24

Access From (repository.uma.ac.id)28/3/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan
Pengguna Jasa Di Home Taylor Busana Muslim
Nama : Suhaimi Saputra
Npm : 198600389
Bagian : Psikologi Industri Dan Organisasi

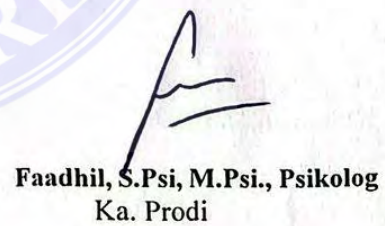
Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing



Eryanti Novita, S.Psi, M.Psi, Psikolog



Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Dekan



Faadhil, S.Psi, M.Psi., Psikolog
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 17 Januari 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 17 Januari 2024



Suhaimi Saputra

NIM. 198600389

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suhaimi Saputra
NPM : 198600389
Program Studi : Psikologi Industri dan Organisasi
Fakultas : Psikologi

Jenis Karya : Tugas Akhir

Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA DI HOME TAYLOR BUSANA MUSLIM

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 17 Januari 2024

Yang Menyatakan



Suhaimi Saputra

NIM. 198600389

ABSTRACT

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA DI HOME TAYLOR BUSANA MUSLIM

By:

SUHAIMI SAPUTRA

NPM: 198600389

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris dan mengetahui Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Home Taylor Busana Muslim. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan melalui pendekatan asosiatif kausal. Populasi pada penelitian adalah pelanggan dari Home Taylor dua bulan terakhir, terhitung mulai bulan Oktober hingga Desember berjumlah 150 orang kemudian mengambil sampel menggunakan Teknik Purposive Sampling yaitu berjumlah 50 orang. Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji hipotesis korelasi yang dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan. Hasil ini didukung oleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,456$ dengan signifikan $p = 0,000 < 0,05$. Maka dengan demikian asumsi hipotesis penelitian diterima. Selanjutnya Koefisien Determinasi (r^2) hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah $r^2 = 0,208$. Dengan demikian distribusi Kualitas Pelayanan sebesar 20,8% dari Kepuasan Pelanggan. Dan pada penelitian ini kualitas pelayanan di kategorikan yang didasarkan pada hasil Mean Hipotetik sebesar 45 dimana Mean Empirik 58,52 dan SD sebesar 7,277, sedangkan Kepuasan Pelanggan di kategorikan tinggi karena pada hasil Mean Hipotetik sebesar 40 dimana Mean Empirik sebesar 50,46 dan SD sebesar 8,825.

Kata Kunci: kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan; pelanggan.

ABSTRACT

THE CORRELATION OF SERVICE QUALITY WITH CUSTOMER SATISFACTION OF SERVICE USERS AT HOME TAYLOR BUSANA MUSLIM

By:

SUHAIMI SAPUTRA

NPM: 198600389

This study aims to test empirically and determine the correlation between service quality and customer satisfaction of service users at Taylor's Home Muslim Clothing. In this study using quantitative analysis methods through a causal associative approach. The population in this study were customers from Home Taylor for the last two months, from October to December totaling 150 people then taking samples using the Purposive Sampling Technique, namely 50 people. Based on the results of the calculation of the correlation hypothesis test analysis performed, it shows that there is a positive correlation between Service Quality and Customer Satisfaction. This result is supported by the correlation coefficient $r_{xy} = 0.456$ with a significant $p = 0.000 < 0.05$. So thus the assumption of the research hypothesis is accepted. Furthermore, the coefficient of determination (r^2) for the relationship between the independent variable and the dependent variable is $r^2 = 0.208$. Thus the distribution of Service Quality is 20.8% of Customer Satisfaction. And in this study, service quality is categorized based on the results of a hypothetical mean of 45 where the empirical mean is 58.52 and the SD is 7.277, while customer satisfaction is categorized as high because the results of the hypothetical mean are 40, where the empirical mean is 50.46 and the SD is 8.825.

Keywords: service quality; customer satisfaction; customers.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis di lahirkan di Desa Lama, pada tanggal 03 Januari 2002 yang merupakan anak laki laki dari bapak Alm Salim dan ibu Rusniyawati penulis merupakan anak terakhir dari dua bersaudara.

Penulis menempuh Pendidikan di TK Al Alawiy tahun 2006-2007, MIS Nurul Huda tahun 2007-2013, MTsN Hamparan Perak tahun 2013-2016, MAN 4 Medan tahun 2016-2019 dan pada 2019 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi di Universitas Medan Area



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kepada kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Home Taylor Busana Muslim”.

Penulis berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari bimbingan dan saran dari dosen pembimbing yaitu Ibu Eryanti Novita S.Psi., M.Psi. Dan juga penulis berterima kasih kepada stuktur panitia ujian skripsi yaitu kepada ketua Bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Psi. Sekretaris Ibu Ira Kusuma Dewi, S.Psi, M.Psi. Penguji Bapak Khairuddin, S.Psi, M.Psi. Disamping itu penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Rektor Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, MSc. Selaku Rektor Universitas Medan Area. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Dosen dan Pegawai Fakultas Psikologi yang telah membantu penulis selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir/skripsi/tesis ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir/skripsi/tesis ini.. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 01 Agustus 2023

Penulis,

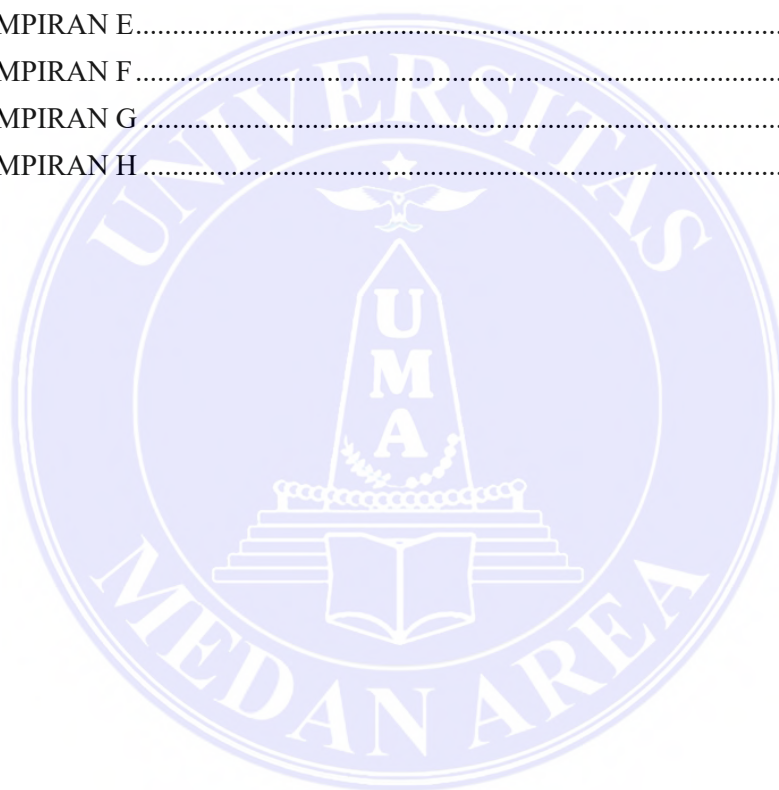
Suhaimi Saputra
NPM. 19.860.389

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS ...	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Hipotesis	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	6
2.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	6
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.3. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.4. Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan	12
2.2 Kualitas Pelayanan	15
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	16
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	19
2.2.4 Ciri-ciri Kualitas Pelayanan	20
2.2.5 Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan	22
2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	25
2.4 Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	27

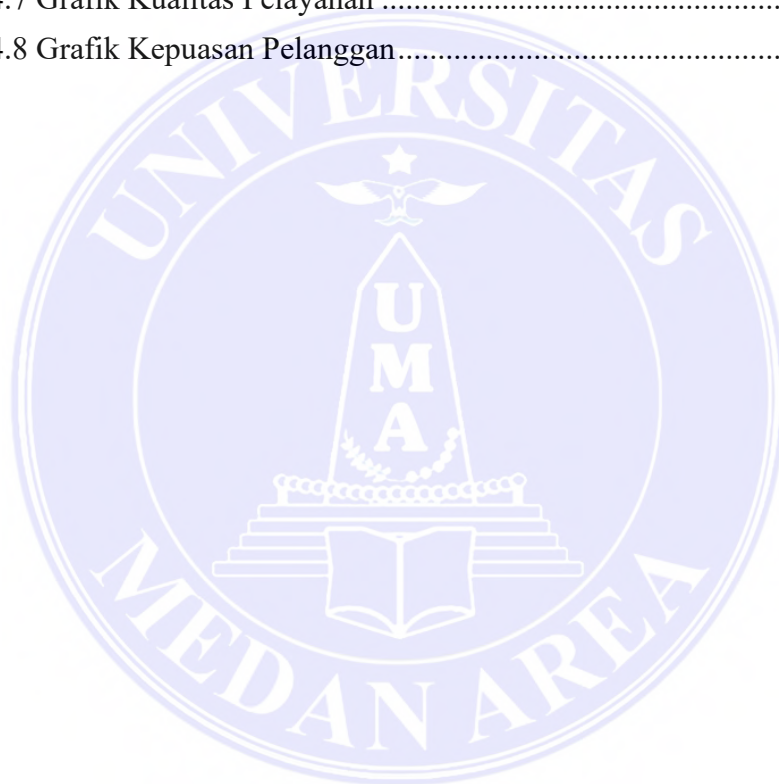
3.2	Persiapan dan Alat Penelitian.....	27
3.2.1	Persiapan Administrasi.....	27
3.2.2	Persiapan Alat Ukur.....	28
3.3	Metodologi Penelitian.....	30
3.3.1	Tipe Penelitian.....	30
3.3.2	Identifikasi Variabel Penelitian.....	31
3.3.3	Definisi Operasional.....	32
3.4	Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel.....	34
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.6.1	Validitas.....	36
3.6.2	Reliabilitas.....	37
3.7	Metode Analisis Data.....	38
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2	Pelaksanaan Penelitian.....	41
4.3	Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	42
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
4.4.1	Hasil Skala Kualitas Pelayanan.....	42
4.4.2	Hasil Skala Kepuasan Pelanggan.....	43
4.5	Uji Asumsi.....	44
4.5.1	Uji Linieritas.....	44
4.5.2	Uji Normalitas.....	45
4.5.3	Uji hipotesis.....	46
4.6	Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik.....	47
4.6.1	Mean Hipotetik.....	47
4.6.2	Empirik.....	47
4.6.3	Kriteria.....	47
4.7	Pembahasan.....	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58
LAMPIRAN A	59
LAMPIRAN B	64
LAMPIRAN C	70
LAMPIRAN D	73
LAMPIRAN E.....	78
LAMPIRAN F	81
LAMPIRAN G	85
LAMPIRAN H	88



DAFTAR TABEL

Table 3.1 Distributing Phenergan Skala Kualitas Pollyanna	29
Table 3.2 Distribusi Penyebaran Skala Kepuasan Pelanggan	30
Tabel 4.1 Distribusi Skala Kualitas Pelayanan Setelah Uji Coba Validitas	42
Tabel 4.2 Distribusi Skala Kepuasan Pelanggan Setelah Uji Coba Validitas.....	43
Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linearitas	44
Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran.....	45
Tabel 4.5 hasil analisis uji hipotesis korelasi	46
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik.....	48
Tabel 4.7 Grafik Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.8 Grafik Kepuasan Pelanggan.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Blue Print.....	57
Lampiran B: Kuisisioner.....	64
Lampiran C: Hasil Data Penelitian	70
Lampiran D: Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
Lampiran E: Uji Normalitas.....	78
Lampiran F: Uji Linearitas.....	81
Lampiran G: Uji Hipotesis	85
Lampiran H: Surat Keterangan Bukti Penelitian	88



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak beragam budaya dengan berbagai busana yang berbeda setiap budayanya, pada era globalisasi dan teknologi yang canggih sekarang ini perkembangan busana di Indonesia menjadi lebih pesat dan beragam karena mudah dalam mencari informasi terbaru, hal ini menandakan bahwa busana tidak ada batasnya karena sudah menjadi bagian kebutuhan pada manusia.

Berwirausaha merupakan salah satu cara untuk tetap produktif dan menghasilkan dalam memenuhi kebutuhan perekonomian, tanpa harus bergantung pada kebijakan-kebijakan penyedia lapangan pekerjaan, berwirausaha harus mandiri mampu melihat pangsa pasar dan memiliki teknik yang digunakannya untuk memasarkan produknya. Berwirausaha selain menjadi solusi bagi diri sendiri untuk tetap produktif juga dapat membuka lapangan pekerjaan baru untuk menyerap tenaga kerja lain yang masih menganggur maupun menjadi contoh gagasan bagi tenaga kerja lain.

Penjahit Home Taylor merupakan Usaha yang menyediakan jasa pembuatan baju khusus wanita dan selalu mengedepankan kualitas dari produk yang dibuatnya. Penjahit Home Taylor Busana Muslim ini berlokasi di Dusun IV, Desa Lama, Kecamatan Hampan Perak. Dengan lokasi yang strategis ditengah perdesaan yang masih banyak pepohonan membuat pelanggan tidak bosan untuk datang ke toko. Kualitas jahitan yang bagus dan juga rapi membuat para konsumennya merasa puas setelah menggunakan jasanya, sehingga para pelanggan merekomendasikan Penjahit Home Taylor Busana Muslim kepada kerabat-kerabatnya untuk ikut

menggunakan jasa dari Penjahit. Hal tersebut membuat usaha yang dirintisnya terus berkembang dan mulai dikenal oleh banyak orang. Tidak hanya jasa menjahit saja, Penjahit Home Taylor Busana Muslim juga menyediakan pembelian kain baju yang belum jadi seperti kain batik, renda dan lain sebagainya. Dengan adanya hal tersebut memberikan kemudahan bagi para konsumennya untuk menggunakan jasanya sekaligus.

Selain bisnis pakaian jadi, salah satu bisnis pakaian yang diminati konsumen adalah bisnis jasa jahit. Bisnis jasa jahit memiliki peluang besar untuk menarik minat konsumen. Hal itu dikarenakan kadang orang sering menyukai model pakaian di suatu toko namun ukurannya tidak ada yang sesuai dengan ukuran tubuh, selain itu banyak orang tidak mau jika mengenakan pakaian yang pasaran atau banyak dipakai oleh orang lain. Oleh karena itu mereka berlomba-lomba mencari jasa penjahit yang dapat mengerjakan pakaian sesuai dengan keinginan mereka.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti, telah di temukan beberapa masalah yang menjadi keluhan pelanggan di Home Taylor Busana Muslim yaitu tidak memenuhinya kebutuhan pelanggan secara utuh baik secara respon pelayanan informasi dalam bentuk layanan whatsapp, facebook dan media telepon, selanjutnya kurangnya penyediaan kebutuhan pelanggan seperti penyediaan bakal kain, buku model model baju sehingga para pelanggan harus

menyediakannya secara pribadi. Adapun hasil wawancara peneliti dengan konsumen jasa Home Taylor adalah:

“Teman saya mengatakan bahwa menjahit baju di Home Taylor Busana Muslim sangat bagus dan rapi, pelayanan juga enak kalau di minta saran warna dan model, baju siap sesuai janji, setelah saya mencoba menggunakan jasa ini saya merasa puas namun saja disini tidak menyediakan bakal kain sehingga harus menyediakan kain bakal secara pribadi”. [IDH, Hasil Wawancara, 23 Desember 2022].

Menurut konsumen lainnya:

“Saya sudah berlangganan di sini dari dulu, kualitas jahitan bagus dan rapi cuma di sini harus sabar karena menumpuknya orderan sehingga kita harus datang ke toko atau menghubunginya agar tau gimana proses baju kita, dan biasanya setiap hari selalu ada pelanggan yang menjahit sehingga terkadang tidak dapat di hubungi, hanya saja disini tidak ada contoh atau buku model bajunya saja sehingga kami harus mencari model sendiri di sosmed ataupun internet”. [SK, Hasil Wawancara, 24 Desember 2022]

Menurut konsumen lainnya:

“penjahit ini memiliki tingkat pelayanan yang bagus secara langsung dan juga kualitas produk yang rapi dan bagus sehingga tidak kecewa untuk toko ini, hanya saja toko ini kita harus sabar dikarenakan orderan yang melimpah dan juga untuk penjahit ini hanya saja tidak ada menyediakan contoh model dan penyediaan kain saja”. [LP, Hasil 25 Desember 2022)

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa permasalahan yang ada pada Home Taylor Busana Muslim adalah masih kurangnya memenuhi kebutuhan pelanggan baik secara pelayanan informasi kepada pelanggan mengenai informasi pengerjaan jasa maupun komunikasi melalui media whatsapp, facebook dan, media telephone. Dan juga kurangnya kebutuhan pelanggan dalam bentuk penyediaan kain bakal, buku model baju sehingga pelanggan harus menyediakannya atau mencari secara pribadi. Dengan demikian penulis tertarik

untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pengguna jasa di Home Taylor Busana Muslim”.

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apakah ada hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pengguna jasa di Home Taylor Busana Muslim".

1.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya Hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, dengan asumsi semakin tinggi kualitas pelayanan semakin baik kepuasan pelanggan, sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan semakin rendah kepuasan pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dan mengetahui Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Home Taylor Busana Muslim.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan memberi sumbangsih kepada bidang psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi kepada para peneliti selanjutnya untuk menjadi dasar pengembangan penelitian dimasa yang akan datang.

Manfaat Praktis

Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan menjadi dasar atau acuan dan sumbangan informasi terkait dengan hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, bagi suatu perusahaan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau pertimbangan dalam kualitas pelayanan dengan kepuasan para pelanggannya dan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang judul ini diharapkan dapat di jadikan acuan atau pedoman, referensi dan bahan informasi dalam melakukan penelitian.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2021) Kepuasan adalah respon dalam pemenuhan untuk konsumennya, kepuasan juga sebagai hasil dari penilaian konsumen terhadap produk atau jasa layanan yang telah diberikan. Konsumen yang merasakan kepuasan terhadap produk yang telah dibelinya akan melakukan pembelian ulang serta konsumen akan loyal terhadap produk yang telah dibelinya tersebut. Konsumen juga dapat merekomendasikan kepada orang disekitarnya untuk membeli produk tersebut dari komunikasi mulut ke mulut.

Kotler (2021) menyatakan kepuasan konsumen adalah bentuk dari tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil dan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Konsumen dapat merasakan salah satu dari tiga tingkat kepuasan secara umum yaitu, jika kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa akan tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka seseorang tersebut merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi dari harapan pelanggan maka akan merasa sangat puas bahkan gembira dan kembali untuk membeli.

Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Adhikarini (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang

semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

Menurut Zethaml, Bitner, dan Dwayne (2009) kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan atas produk ataupun jasa dalam hal menilai apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk barang atau jasa, dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Tingkat kepuasan pelanggan selalu didasarkan pada upaya upaya penyempitan antar keadaan yang diinginkan. Dalam hal ini berarti antara harapan dengan keadaan yang dihadapi. Apapun upaya yang dilakukan mengukur kepuasan pelanggan, harus jelas manfaatnya terhadap organisasi (penyedia). Satu hal yang perlu diingat oleh organisasi adalah bahwa jaminan kepuasan terhadap produk yang dihasilkan tidak dapat ditolak lagi.

Dari beberapa pengertian yang ada di atas dapat di artikan bahwa kepuasan pelanggan adalah bentuk rasa yang tercipta oleh kualitas pelayanan perusahaan baik secara produk maupun jasa yang di berikan, dan juga kepuasan pelanggan itu dapat di lihat sejauh mana pelanggan melakukan pembelian ataupun menggunakan jasa pada perusahaan.

2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2006) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain:

- a. Produk atau jasa inti, ini adalah hal yang paling mendasar yang ditawarkan kepada pelanggan sekaligus hal yang tersulit bagi perusahaan untuk membuatnya lain dari pada yang lain.
- b. Sistem dan layanan pendukung, ini meliputi layanan-layanan pendukung yang bisa meningkatkan kelengkapan dari layanan atau produk inti.
- c. Performa teknis, berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan inti dan layanan pendukungnya dengan benar (mengikuti standar yang ada, penghantaran tepat waktu, menepati janji, sedikit kesalahan pada produk dan jasa).
- d. Elemen-elemen interaksi dengan pelanggan, mengacu pada interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung atau melalui kontak berbasis teknologi.
- e. Elemen emosional dimensi afektif pelayanan, yaitu menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Bagaimana cara kita menyampaikan sebuah informasi dengan jelas dan dapat diterima oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak bingung dengan apa yang kita sampaikan, dan apakah kita menyampaikannya dengan penuh lemah lembut sehingga pelanggan merasa nyaman ketika berkomunikasi dengan kita.

Menurut Lupyoadi (2001). Ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut :

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau menikmati evaluasi kinerja atau pelayanan yang diberikan untuk konsumen. Self Esteem yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- e. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2012) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan.

- a. Kualitas produk dan jasa, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk dan jasa yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia persaingan bisnis, para pebisnis terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap usaha mereka.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dan jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d. Harga, semakin mahal harga jasa maka pelanggan mempunyai harapan yang lebih besar. Sedangkan usaha yang berkualitas sama tetapi berharga murah, memberi nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
- e. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka pelanggan cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

Dari beberapa pendapat di atas mengenai kepuasan pelanggan dapat di simpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Lupyoadi (2001) salah satunya yaitu, kualitas pelayanan atau jasa terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Dalam dunia persaingan bisnis, para pebisnis terus bersaing untuk mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap usaha mereka.

2.1.3. Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan

Menurut Sabarguna (2004) menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu:

- a. Aspek kenyamanan, meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan.
- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan, meliputi keramahan karyawan informasi yang diberikan oleh karyawan komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani konsumen.
- c. Aspek kompetensi teknis petugas, meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
- d. Aspek biaya, meliputi mahalnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan terdiri dari tiga aspek yaitu:

1. Kesetiaan atau *Loyalty*

Kesetiaan atau *Loyalty* adalah kondisi pelanggan yang merasa puas akan produk ataupun jasa yang digunakan sehingga bersedia melakukan pembelian ataupun penggunaan ulang terhadap produk ataupun jasa bersangkutan (Kotler & Keller, 2016).

2. Komunikasi dari Mulut ke Mulut (*word of mouth*),

Yakni kecenderungan pelanggan dalam memberikan rekomendasi ataupun mengatakan keuntungan dari produk atau jasa yang digunakan kepada orang lain (Kotler & Keller, 2016).

3. Perusahaan sebagai Pertimbangan

Artinya pelanggan cenderung mengutamakan dalam menggunakan produk atau jasa dari perusahaan serupa (Kotler & Keller, 2016).

Menurut Sabarguna (2017) ada beberapa aspek kepuasan pelanggan yaitu:

1. Aspek Kenyamanan

Meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan di dalam ruangan.

2. Aspek Hubungan Pelanggan dengan Karyawan

Meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif dan cekatan dalam melayani pelanggan.

3. Aspek Kompetensi Teknis Petugas

Meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.

4. Aspek Biaya

Meliputi mahalnya produk atau jasa.

Dalam uraian di atas peneliti memutuskan menggunakan aspek-aspek kepuasan pelanggan Menurut Sabarguna (2004) yaitu aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknis petugas dan aspek biaya.

2.1.4. Ciri-ciri Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dinilai dari pendapat konsumen yang telah menganggap bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sudah memenuhi harapan bagi mereka. Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi kedekatan antara harapan dan kinerja anggapan produk. Jika kinerja tidak memenuhi harapan,

konsumen kecewa. Jika memenuhi harapan, konsumen puas. Jika melebihi harapan, konsumen sangat puas. Perasaan ini menentukan apakah pelanggan membeli produk kembali dan membicarakan hal-hal menyenangkan atau tidak menyenangkan tentang produk itu kepada orang lain.

Menurut Kotler, ada enam ciri-ciri pelanggan yang merasa puas, yaitu

1. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal.
2. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada.
3. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk dan perusahaan.
4. Kurang memperhatikan produk dari iklan pesaing.
5. Kurang sensitif pada harga.
6. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan, serta membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil dari pada biaya pelanggan baru karena transaksi menjadi rutin

Kepuasan pelanggan adalah persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui dengan membeli dan atau menggunakan produk tersebut (Wijayanti, 2017). Sejalan dengan itu, Day (Tjiptono, 2006) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Harapan konsumen akan semakin berkembang seiring dengan banyaknya informasi yang didapatkan pasca konsumsi.

Kristianto (2011) menyebutkan bahwa dalam ketidakpuasan yang timbul pada konsumen, ada lima hal yang akan dilakukan konsumen yang mengambil tindakan jika merasa tidak puas yaitu akan melakukan komplain kepada perusahaan, berhenti membeli produk tersebut, memperingatkan teman agar tidak menggunakan produk tersebut, complain kepada pemerintah, dan mengajukan tuntutan.

Menurut Elitan (dalam Ika, 2010) dinyatakan bahwa ciri-ciri kepuasan konsumen yaitu:

1. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi.
2. Adanya kesesuaian antara ekspektasi atau harapan pelanggan dengan performance produk.
3. Konsumen yang telah puas tidak akan mengeluhkan produk maupun jasa yang dikonsumsi karena kinerja produk dapat diterima oleh konsumen.

Menurut Supranto (2011) konsumen yang puas akan menjadi loyal dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Membeli berkali-kali (minimal 3 kali)
2. Mengajak orang lain membeli
3. Membicarakan hal-hal baik mengenai brand kepada orang lain (word of mouth communication)
4. Menjadi tidak mudah dipengaruhi oleh brand pesaing.

Kepuasan konsumen dapat diukur dari harapan dan kenyataan pelayanan yang diterima oleh konsumen. Bila yang diterima oleh konsumen jauh dari harapan maka konsumen akan kecewa atau tidak puas, sebaliknya konsumen akan merasa

puas bahkan sangat puas bila yang diterima minimal sama bahkan melebihi apa yang diharapkan, jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa maka cenderung akan terus membeli atau menggunakannya

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Kotler dalam Alma (2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2016) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan. Selanjutnya menurut Sugiarto (2010) kualitas pelayanan adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang

lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku pada produk atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan yang dilayani.

Kualitas pelayanan (*service quality*) didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan dan pelanggan terhadap pelayanan yang seharusnya diperoleh dengan pendapat mereka setelah pelayanan tersebut dirasakan (1988, dalam Akbar dan Parves, 2009).

2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Lima dimensi kualitas pelayanan kepada pelanggan menurut Berry, Zeithaml, dan Parasuraman (dikutip dari Tjiptono dan Gregorius, 2011), yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung) adalah dimensi kualitas pelayanan yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan staf dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera yang dapat diandalkan, akurat dan memuaskan. Hal ini menyangkut menepati janji, penanganan keluhan, dan lain-lain.
3. *Responsiveness* (daya tangkap atau Ketanggapan), dapat dideskripsikan sebagai kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat bagi pelanggan.
4. *Assurance* (jaminan), merupakan dimensi kualitas pelayanan yang memfokuskan pada kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

5. *Empathy* (empati), merupakan dimensi kualitas pelayanan yang menekankan pada perlakuan pelanggan sebagai personal, yang mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Lima dimensi kualitas pelayanan kepada pelanggan menurut Zeithaml dan Bitner (2000), yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) merupakan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, cepat memberi respon terhadap permintaan pelanggan, dan cepat memperhatikan serta mengatasi kebutuhan pelanggan.
3. Jaminan (*Assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan untuk membangkitkan kepercayaan pelanggan dan membuat pelanggan merasa aman.
4. Empati (*Emphaty*) merupakan karyawan dalam memberikan perhatian individual dan memahami kebutuhan pelanggan.
5. Bukti Langsung (*Tangibles*) merupakan penampakan dan penampilan fisik, peralatan, karyawan, dan material tertulis.

Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau

dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah kebutuhan dan keinginan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan barang atau jasa kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Kotler (2013) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima, pelayanan yang baik cenderung akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan (Tjiptono, 2008).

2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Aritonang (2010), kualitas pelayanan adalah persepsi dan sikap pelanggan terhadap produk suatu perusahaan sesuai dengan harapan, sedangkan menurut Simamora (2009), kualitas pelayanan adalah pernyataan perasaan dengan membandingkan antara harapan terhadap produk dan kenyataan yang dialami oleh seorang pelanggan (dalam Eswika Nilasari & Istiatin).

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (Lupiyoadi, 2001):

- a. Kepemimpinan Karyawan, membangun kepemimpinan pada dirinya agar memiliki motivasi kerja yang tinggi sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal.
- b. Semangat kerja tim, dapat melibatkan partisipasi karyawan melalui pembagian informasi dan pengambilan keputusan sehingga dapat memperkuat komitmen untuk menampilkan yang terbaik.
- c. Teknologi, Pemanfaatan teknologi dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Teknologi lunak seperti sistem dan metode kerja yang inovatif sebagai efisiensi arus kerja untuk menunjang keberhasilan pelayanan kepada pelanggan.
- d. Kepuasan kerja karyawan, Saat karyawan merasakan kepuasan kerja, aktualisasi potensi kerja karyawan dapat terwujud, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

Menurut Antoni (2006) tiga komponen utama kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. *Technical Quality* yaitu berkaitan dengan kualitas output atau keluaran yang diterima pelanggan.
- b. *Functional Quality* yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas penyampaian suatu layanan.
- c. *Corporation Image* yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas faktor-faktor kualitas pelayanan adalah memusatkan perhatian konsumen, memberikan pelayanan yang efisien, meningkatkan perasaan harga diri konsumen, membina hubungan baik dengan konsumen dan memberikan sebuah informasi dan keterangan yang baik dan benar.

2.2.4 Ciri-ciri Kualitas Pelayanan

Dimensi Kualitas Pelayanan untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen diperlukan suatu dimensi yang dapat mewakili kualitas pelayanan.

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut Kasmir (2008) sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan/pengunjung sejak awal hingga selesai.
2. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
3. Mampu berkomunikasi.

4. Mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
5. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
6. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan/pengunjung.

Menurut Yansah dkk (2013) Kualitas Pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik suatu produk atau jasa yang menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian. Jadi, kualitas pelayanan adalah sebuah ciri yang di timbulkan oleh suatu jasa didalam suatu organisasi dalam rangka memenuhi kebutuhan pemakai.

Dalam sebuah temuan studi dijelaskan terdapat beberapa implikasi bagi penyedia layanan yang menyebutkan pentingnya mengetahui ukuran terkait konsumen yang berhubungan terhadap kualitas pelayanan dimana hal ini sangat penting karena berkaitan dengan persepsi konsumen dan kepuasan konsumen, disisi lain perusahaan juga harus berorientasi dengan menerapkan strategi bisnis yang berfokus pada konsumen karena hal ini dapat meningkatkan retensi konsumen (Minh & HUU, 2016).

Tidak bisa dipungkiri bahwa faktor kualitas pelayanan dalam persaingan usaha saat ini memiliki pengaruh besar terhadap sukses tidaknya suatu usaha, karena dengan kualitas pelayanan yang sejalan dengan apa yang diharapkan pelanggan tentunya akan membuat kepuasan tersendiri bagi pelanggan, selain itu konsumen yang mendapatkan kepuasan dari pelayanan ataupun produk dari perusahaan akan cenderung loyal terhadap produk dari perusahaan tersebut.

Dari beberapa uraian pendapat di atas dapat di simpulkan bahwa ciri-ciri kualitas pelayanan yang baik adalah bertanggung jawab kepada setiap pelanggan/pengunjung sejak awal hingga selesai. Mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, mampu memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, berusaha memahami kebutuhan pelanggan/pengunjung.

2.2.5 Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan

Terdapat lima aspek dalam kualitas pelayanan (Parasuraman, 2001), yaitu:

- a. Bukti Fisik, Bukti Fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. Keandalan, Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Daya Tanggap, Ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan, Jaminan dan Kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya

para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

- e. Empati, Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Ada sepuluh aspek/dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml Etal yaitu (dalam Lovelock dan Wirtz, 2004):

- a. Tangibilitas, Tangibilitas adalah penampakan fasilitas fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi.
- b. Reliabilitas, Reliabilitas yaitu kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang akurat dan dapat diandalkan yang telah dijanjikan perusahaan.
- c. Responsivitas, Responsivitas merupakan keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang cepat.
- d. Kompetensi, Kompetensi yang dimaksudkan di sini merupakan pengetahuan tentang produk dan keterampilan yang diperlukan untuk membentuk tugas melayani (Armistead dan Clark, 1996).
- e. Kesopanan, Kesopanan di sini meliputi menghormati pelanggan, bersikap ramah kepada pelanggan, menganggap pelanggan dan mengadakan kontak yang bersahabat dengan pelanggan.
- f. Kredibilitas, Kredibilitas adalah kejujuran dan kemampuan karyawan untuk membuat pelanggan percaya pada mereka.
- g. Keamanan, Keamanan di sini merupakan kemampuan karyawan dalam membuat pelanggan bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan.

- h. Akses, Akses merupakan kedekatan dan kemudahan dalam melakukan kontak dengan pelanggan.
- i. Komunikasi Karyawan memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh pelanggan dan mendengarkan keluhan serta kebutuhan mereka. Komunikasi diperlukan untuk menjaga agar pelanggan selalu mendapat informasi yang tepat tentang pelayanan.
- j. Memahami pelanggan yang dimaksud dengan memahami pelanggan adalah berusaha untuk mengenal pelanggan dan kebutuhannya.

Wijaya (2011) menjelaskan terdapat delapan aspek/dimensi kualitas pelayanan yaitu:

1. Kinerja, Kinerja adalah tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk.
2. Keindahan Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk, misalkan penampilan fasilitas, peralatan, personalia (karyawan), dan informasi-informasi yang disampaikan kepada konsumen yang berkaitan dengan jasa yang ditawarkan.
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan Kemudahan perawatan dan perbaikan berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
4. Keunikan-Keunikan (*features*), yaitu karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis.
5. Reliabilitas, Reliabilitas merupakan probabilitas produk atau jasa dapat menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu.

6. Daya Tahan, Daya Tahan (*durability*) merupakan sebagai umur manfaat dari fungsi produk.
7. Kualitas Kesesuaian, Kualitas Kesesuaian (*quality of conformance*) merupakan ukuran mengenai apakah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan.
8. Kegunaan yang sesuai Kegunaan yang sesuai (*fitness for use*) merupakan kecocokan dari produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan.

Dari beberapa pendapat yang ada diatas dapat disimpulkan bahwa aspek kualitas pelayanan yaitu diantaranya bukti fisik, keandalan, daya tangkap, jaminan dan empati.

2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

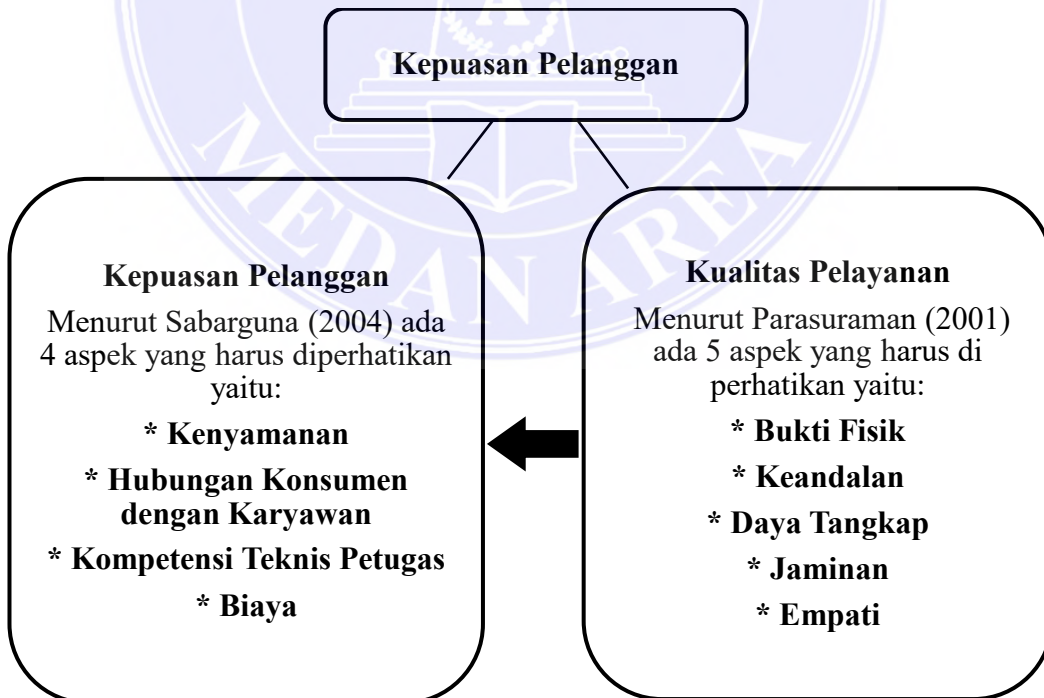
Di era globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan teknologi terbaru yang membuat banyak perubahan dalam segi busana. Dengan adanya yang dimiliki muncul kompetensi yang berdampak pada pelanggan semakin banyak pilihan dan cukup sulit untuk dipisahkan karena sudah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kepuasan semata (Yamit, 2013). Perusahaan yang saat ini bergerak dibidang jasa wajib memperhatikan dan memperlihatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, pelanggan akan merasa lebih puas terhadap jasa yang telah diberikan oleh perusahaan.

Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian perusahaan yang

berjalan di bidang jasa harus dapat meningkatkan produktivitas nya agar harapan yang ada pada pelanggan terpenuhi.

Setiap upaya peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan Home Taylor Busana Muslim dapat memberikan pengaruh terhadap citra perusahaan. Diharapkan dengan peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang menilai kualitas pelayanan yang diberikan cukup memuaskan cenderung merasa senang, nyaman menggunakan layanan jasa, merasa harapannya terpenuhi dan merasa tidak dibohongi sehingga akan kembali melakukan menggunakan jasa Home Taylor Busana Muslim sebagai sarana jasa pembuatan busana/baju muslim.

2.4 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan setelah mendapat surat penelaitain dari pihak Fakultas Psikologi dan menunjukkan surat tersebut kepada pimpinan Home Taylor Busana Muslim, penelitian ini dilakukan mulai tanggal 14-25 Juli 2023.

Home Taylor Busana Muslim adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa yang berkhusus pada pembuatan baju wanita muslim. Home Taylor Busana Muslim merupakan usaha yang berada di tengah perdesaan yaitu berada pada Dusun IV, Desa Lama, Kec. Hamparan Perak, Kab, Deli Serdang.

Dengan lokasi yang berada di tengah perdesaan dengan mayoritas suku jawa dan suku melayu yang memiliki perbedaan budaya membuaat lokasi Home Taylor Busana Muslim sangat strategis di tengah dua suku yang berbeda.

3.2 Persiapan dan Alat Penelitian

3.2.1 Persiapan Administrasi

Penulis meminta surat izin penelitian dan pengambilan data kepada pihak dari Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang di ajukan kepada pimpinan Home Taylor Busana Muslim untuk melaksanakan penelitian dan pengambilan data pada pelanggan di Home Taylor Busana Muslim. Setelah mendapatkan surat izin dan meminta izin untuk melakukan penelitian pada Home Taylor Busana Muslim selanjutnya setelah selesai melakukan pengambilan data selama 1 minggu dan semua data telah di dapatkan dan terpenuhi penulis meminta surat balasan kepada

pimpinan Home Taylor Busana Muslim bahwa penulis sudah selesai melakukan penelitian pada pelanggannya.

3.2.2 Persiapan Alat Ukur

Persiapan yang di maksud adalah persiapan alat ukur yang nantinya di gunakan dalam penelitian. Alat ukur yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan pelanggan dengan bentuk hardcopy yang akan di bagikan kepada pelanggan Home Taylor Busana Muslim yang sesuai dengan kriteria yang sudah di tentukan sebelumnya.

3.2.2.1 Skala Kualitas Pelayanan

Alat ukur yang di pakai peneliti untuk melakukan penelitian dan pengukuran Kualitas Pelayanan yaitu menggunakan skala likert dengan memandang aspek-aspek menurut Parasuramah (2001) yaitu: Bukti fisik, Keandalan, Daya tangkap, Jaminan, dan Empati.

Metode pengumpulan data pada skala kualitas pelayanan yaitu menggunakan Skala Likert yang memiliki dua golongan sifat yaitu favorable dan unfavorable. Adapun favorable merupakan konsep yang berisi perilaku positif atau mendukung pada atribut yang di ukur. Pada item favorable akan diberikan 4 kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) dengan nilai 4, Setuju (S) dengan nilai 3, Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1. Sedangkan item unfavorable adalah perilaku negative atau bertentangan dari aspek perilaku indikator pada atribut tersebut (Parasuraman, 2001). Pada item unfavorable di berikan 4 kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) di beri nilai 1, Setuju (S) diberi nilai 2, Tidak Setuju (TS) di beri nilai 4, dan Sangat Tidak Setuju (STS)

di beri nilai 4. Distribusi penyebaran butir-butir pertanyaan skala kualitas pelayanan sebelum di uji coba dapat dilihat pada table sebagai berikut.

Tabel 3.1 Distribusi Penyebaran Skala Kualitas Pelayanan

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
Bukti Fisik	Penampilan sarana dan prasarana fisik	11,12	2,3	4
Keandalan	Kemampuan	5,6	8,10	4
Daya Tangkap	Ketanggapan	1,4	7,9	4
Jaminan	Kompetensi	16,17	.14,20	4
Empati	Perhatian	15,18	13,19	4
Total		10	10	20

3.2.2.2 Skala Kepuasan Pelanggan

Alat ukur yang di pakai peneliti untuk melakukan penelitian dan pengukuran kepuasan pelanggan yaitu menggunakan skala likert dengan memandang aspek-aspek menurut Sabarguna (2004) yaitu: Kenyamanan, Hubungan konsumen dengan karyawan, Kompetensi teknis petugas, dan Biaya.

Metode pengumpulan data pada skala kepuasan pelanggan yaitu menggunakan Skala Likert yang memiliki dua golongan sifat yaitu favorable dan unfavorable. Adapun favorable merupakan konsep yang berisi perilaku positif atau mendukung pada atribut yang di ukur. Pada item favorable akan diberikan 4 kontinum yaitu Sangat Setuju (SS) dengan nilai 4, Setuju (S) dengan nilai 3, Tidak

Setuju (TS) dengan nilai 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1. Sedangkan item unfavorable adalah perilaku negative atau bertentangan dari aspek perilaku indikator pada atribut tersebut (Sabarguna, 2004). Pada item unfavorable di berikan 4 kontinuum yaitu Sangat Setuju (SS) di beri nilai 1, Setuju (S) di beri nilai 2, Tidak Setuju (TS) di beri nilai 4, dan Sangat Tidak Setuju (STS) di beri nilai 4. Distribusi penyebaran butir-butir pertanyaan skala kepuasan pelanggan sebelum di uji coba dapat dilihat pada table sebagai berikut.

Tabel 3.2 Distribusi Penyebaran Skala Kepuasan Pelanggan

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
Kenyamanan	Lokasi	11,12	3,4	4
Hubungan Konsumen dengan Karyawan	Responsif	7,8	13,15	4
Kompetensi Teknis Petugas	Pengalaman	9,10	1,2	4
Biaya	Harga	5,6	14,16	4
Total		8	8	16

3.3 Metodologi Penelitian

3.3.1 Tipe Penelitian

Untuk menyusun penelitian ini jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu metode analisis kuantitatif dengan melalui pendekatan asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2016) jenis penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui adakah hubungan antara satu variabel dengan

variabel yang lain. Lalu kausal yang merupakan hubungan sebab akibat sehingga salah satu dari variabel mempengaruhi atau dipengaruhi oleh variabel yang lain.

3.3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah atribut atau karakteristik pada individu atau sebuah organisasi yang dapat diobservasi atau bahkan diukur dan yang keberadaannya bervariasi di antara orang-orang atau organisasi yang sedang diteliti (Creswell, 2009). Menurut Creswell, 2009; Howitt & Cramer, 2011 Variabel independen, yaitu variabel yang kemungkinan menyebabkan, mempengaruhi atau berdampak pada hasil tertentu, dalam arti bahwa variasi di dalam variabel independen diasumsikan menjelaskan sebagian atau keseluruhan variasi di dalam variabel dependen. Dalam bahasa statistik, variabel independen lazim dilambangkan dengan huruf kapital Latin X. Sedangkan Variabel Dependen, yaitu variabel yang tergantung pada variabel independen, dalam arti variabel yang diasumsikan merupakan hasil atau akibat pengaruh dari variabel independen. Dalam bahasa statistik variabel dependen lazim dilambangkan dengan huruf kapital Latin Y.

Adapun identifikasi variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independent/X) : Kualitas Pelayanan
- b. Variabel terikat (dependent/Y) : Kepuasan Pelanggan

3.3.3 Definisi Operasional

Mendefinisikan variabel penelitian adalah mendeskripsikan cara variabel-variabel itu akan diukur. Dengan kata lain, operasionalisasi merupakan langkah merumuskan secara presisi definisi variabel-variabel penelitian dengan menspesifikasikan secara presis operasi-operasi atau langkah-langkah untuk mengukur variabel-variabel yang bersangkutan (Howitt & Cramer, 2011).

1. Kepuasan Pelanggan

kepuasan konsumen adalah bentuk dari tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil dan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Konsumen dapat merasakan salah satu dari tiga tingkat kepuasan secara umum yaitu, jika kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa akan tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka seseorang tersebut merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi dari harapan pelanggan maka akan merasa sangat puas bahkan gembira dan kembali untuk membeli. Menurut Kotler, ada enam ciri-ciri konsumen yang merasa puas, yaitu

- a. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal.
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk dan perusahaan.
- d. Kurang memperhatikan produk dari iklan pesaing.
- e. Kurang sensitif pada harga.

- f. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan, serta membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil dari pada biaya pelanggan baru karena transaksi menjadi rutin.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kebutuhan dan keinginan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan barang atau jasa kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Faktor kualitas pelayanan adalah memusatkan perhatian konsumen, memberikan pelayanan yang efisien, meningkatkan perasaan harga diri konsumen, membina hubungan baik dengan konsumen dan memberikan sebuah informasi dan keterangan yang baik dan benar. Menurut Antoni (2006) tiga komponen utama kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: Technical Quality, Functional Quality dan Corporation Image.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016), dalam bukunya mengemukakan mengenai Populasi adalah: “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi pada penelitian adalah pelanggan dari Home Taylor dua bulan terakhir, terhitung mulai bulan Oktober hingga Desember Tahun 2022 berjumlah 150 orang

3.4.2 Sampel

Menurut Sujarweni (2015), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel juga diambil dari populasi yang benar-benar mewakili dan valid yaitu dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.

Sampel yang di dapatkan untuk penelitian ini berjumlah 50 orang yang sesuai dengan kriteria-kriteria yang sudah di tentukan.

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Kriteria dalam penelitian ini yaitu:

1. Usia : mulai dari 20-50 Tahun.

Pelanggan yang memiliki usia 20-50 Tahun yang terhitung mulai bulan Oktober sampai Desember berjumlah 150 orang.

2. Pelanggan sudah lebih dari 2 kali menggunakan jasa.

Pelanggan yang terhitung mulai bulan Oktober sampai Desember yang sudah menggunakan jasa Home Taylor Busana Muslim lebih dari 2 kali berjumlah 50 orang.

Menurut Sugiyono (2016), Purposive Sampling adalah teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu. Menurut Sujarweni (2016), Purposive Sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang sudah lebih dari dua kali menggunakan jasa Home Taylor.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Skala Kepuasan Pelanggan

Alat ukur yang digunakan peneliti untuk mengukur kepuasan pelanggan ialah dengan skala kepuasan pelanggan yang telah disusun oleh penulis dengan berdasarkan aspek-aspek Menurut Sabarguna (2004) menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu : aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, aspek kompetensi teknis petugas, dan aspek biaya.

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomenasosial (Bahrin, Alifah, & Mulyono, 2018; Saputra & Nugroho, 2017). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran likert dengan menggunakan dua bentuk pertanyaan dalam skala likert, yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur skala positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur skala negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5.

2. Kualitas Pelayanan

Alat ukur yang digunakan peneliti untuk mengukur komunikasi interpersonal ialah dengan skala komunikasi interpersonal yang telah disusun oleh penulis dengan berdasarkan aspek-aspek menurut Sabarguna (2004) ada 4 aspek yang harus diperhatikan yaitu: kenyamanan, hubungan konsumen dengan karyawan, kompetensi teknis petugas dan Biaya.

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomenasosial (Bahrin, Alifah, & Mulyono, 2018; Saputra & Nugroho, 2017). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran likert dengan menggunakan dua bentuk pertanyaan dalam skala likert, yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur skala positif, dan bentuk pertanyaan negatif untuk mengukur skala negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1; sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5.

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Pengertian validitas instrumen dalam konteks penelitian kuantitatif dikemukakan para pakar metode penelitian sebagai “*the degree to which it measures what it is supposed to measure*” (Holbrook & Bourke, 2005; Manning & Don Munro, 2006; Pallant, 2010; Sugiyono, 2010). Artinya bahwa validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur. Secara khusus, validitas penelitian kuantitatif berakar pada pandangan empirisme yang menekankan pada bukti, objektivitas, kebenaran, deduksi, nalar, fakta dan data numerik (Golafshani, 2003).

Alat pengukuran yang umum dipakai ialah kuesioner dan tes. Dalam konteks ini, alat ukur kuesioner tersebut perlu disusun sedemikian rupa agar dapat dijadikan instrumen yang tepat untuk mendapatkan, menemukan, mendeskripsikan, mengeksplorasi, dan/atau membandingkan berbagai informasi, topik, dan variabel penelitian. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk

mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS for windows dengan kriteria berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
3. Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom corrected item total correlation.

3.6.2 Reliabilitas

Secara generik, reliabilitas dapat didefinisikan sebagai konsistensi dari sebuah metode dan hasil penelitian (Bandur, 2013). Namun secara spesifik dijelaskan oleh beberapa ahli statistik bahwa *reliability is the consistency of the methods, conditions, and results* (Best & Kahn, 1998; Manning & Don Munro, 2006; Pallant, 2005; Wiersma & Jurs, 2005). Definisi para ahli tersebut menjelaskan pengertian reliabilitas sebagai konsistensi sebuah hasil penelitian dengan menggunakan berbagai metode penelitian dalam kondisi (tempat dan waktu) yang berbeda. Secara khusus, konsep reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil score pada item-item yang terdapat pada kuesioner Anda sehingga uji reliabilitas sesungguhnya menguji ketepatan skala-skala pengukuran instrumen penelitian.

Dengan demikian tujuan utama uji reliabilitas instrumen penelitian ialah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan peneliti kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil

pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Menggunakan program SPSS for windows, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria berikut :

1. Jika r -alpha positif dan lebih besar dari r -tabel maka pernyataan tersebut reliabel.
2. Jika r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliabel.
 - a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka reliable
 - b. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka tidak reliable

Variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ dari $0,6$ (Priyatno, 2013).

3.7 Metode Analisis Data

Analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data, dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Sebagaimana adanya data tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Penelitian yang dilakukan pada populasi ini (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*). Hal tersebut dilakukan supaya pengolahan data statistik dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Dalam penyajian data pada penelitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil penelitian yang akan diuji secara uji Linieritas dan uji Normalitas.

1. Uji Linieritas

Uji Linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel tergantung memiliki hubungan yang linier atau tidak (Siregar, 2014).(Renggani & Widiasavitri, 2018). Pengambilan keputusan bias dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman dari untuk melihat kenormalan suatu data:

- a. Menetapkan taraf signifikan uji = 0,05.
- b. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- c. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Tujuan dari uji linieritas yaitu untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikansi.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu sampel data atau variabel tertentu berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal atau tidak.

Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Dasar dalam mengambil keputusan dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan cara (Latipah, 2017): Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka kesimpulannya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka kesimpulannya tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel bebas (X).

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini sudah terdistribusi sesuai dengan prinsip-prinsip distribusi normal agar dapat digeneralisasikan terhadap populasi. (Barat, Kurniawan, Putra, & Yptk, 2023).



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan analisis uji hipotesis korelasi yang dilakukan, menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan pelanggan. Hasil ini didukung oleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,456$ dengan signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Maka dengan demikian asumsi hipotesis penelitian di terima.
2. Koefisien determinasi (r^2) hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah $r^2 = 0,208$. Dengan demikian distribusi Kualitas Pelayanan sebesar 20,8% dari Kepuasan pelanggan.
3. Pada penelitian ini kualitas pelayanan dikategorikan tinggi yang didasarkan pada hasil mean hipotetik sebesar 45 dimana Mean empirik 58,52 dan SD sebesar 7,277, sedangkan kepuasan pelanggan dikategorikan tinggi karena pada hasil mean hipotetik sebesar 40 dimana mean empirik sebesar 50,46 dan SD sebesar 8,825.

5.2 Saran

1. Bagi Home Taylor Busana Muslim
Dalam rangka mempertahankan citra jasa Home Taylor Busana Muslim perlu adanya peningkatan lagi pada aspek-aspek pembentuk kualitas pelayanan karena dari semua aspek memiliki pengaruh yang masih cukup kuat, terutama peningkatan pada aspek daya tanggap (ketanggapan) yang

memiliki permasalahan pada pelanggan dari pada dimensi lainnya terutama untuk kebutuhan pelanggan dalam bentuk menyediakan kain bakal, buku model baju serta pelayanan informasi kepada pelanggan mengenai informasi pengerjaan jasa maupun komunikasi melalui media whatsapp, facebook dan, media telephone.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya saran yang dapat di berikan berkaitan dengan penelitian ini diharapkan kepada peneliti untuk lebih mendalami fenomena yang menjadi permasalahan di dalam tempat penelitian, peneliti selanjutnya juga harus lebih banyak sumber referensi terbaru mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

3. Saran Kepada Pelanggan

Bagi pelanggan jasa di Home Taylor Busana Muslim peneliti sarankan hendaknya untuk memberitaukan atau memberikan sarannya mengenai pelayanan yang menjadi kekurangan Home Taylor Busana Muslim, agar dapat membangun dan memperbaiki kualitas pelayanan pada Home Taylor Busana Muslim dan juga dapat meningkatkan rasa kepuasan serta kenyamanan antara pelanggan dengan Home Taylor Busana Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., ... Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Alfi Mahendra Nugroho, J. E. (2022). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada Toko Ritel masa Pandemi COVID-19 Hubungan.
- Ardeva Govinaza, M. S. (2022). Hubungan Antar Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada TORSEBA X. *Jurnal Penelitian Psikologi*.
- Barat, X. S., Kurniawan, H., Putra, U., & Yptk, I. (2023). Arus Jurnal Psikologi dan Pendidikan (AJPP) Psychological Capital dengan Work Engagement pada Karyawan Bank, 0–5.
- Baski, A. T. (2014). *Penggunaan SPSS dalam Statistik*. Yogyakarta: Danisa Media.
- Dwi Bagus Hidayat, O. (t.thn.). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Di PT. Grand Shafa Nauli. *Jurnal FPSi*. Husna, S. A., Wahyudi, I., Rohyati, E., Studi, P., & Umum, P. (2020). *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan X di Yogyakarta*. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 23–27.
- Fahmi, M., Psikologi, A. J., Santi Budiani, M., & Psikologi, J. (n.d.). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X*.
- Husna, S. A., Wahyudi, I., Rohyati, E., Studi, P., & Umum, P. (2020). *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan X di Yogyakarta*. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 23–27.
- Iidh Arima, S., Rahmi, F., & Mayang Sari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Penerbangan Lion Air Kota Padang*.
- Marnovita. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Psikoborneo*, 100-106.
- Muharsih, L. (2020). No Title, 5(1), 1–7.
- Nugraha Iqbal Firmansyah, F. B. (t.thn.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman BORZO DELIVERY.
- Prakasa, K. A., Arisandy, D., Universitas, M., *Kepuasan konsumen melalui kualitas produk simcard telkomsel*, (3), 37–48.
- Psikologi, J., Pendidikan, F. I., Surabaya, U. N., Psikologi, (2019). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserbaa X Ardeva Govinaza*, 143–152.

- Purwanti, A. (n.d.). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan*.
- Putri, N. H. (2016). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 198–204. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v4i2.4001>
- Renggani, A. F., & Wideasavitri, P. N. (2018). Peran Self-Compassion terhadap Psychological Well-Being Pengajar Muda di Indonesia Mengajar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(2), 418. <https://doi.org/10.24843/jpu.2018.v05.i02.p13>
- Riyanto, A. (t.thn.). Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cabang CIBADAK Kabupaten SUKABUMI.
- Santi Julita, R. P. (2018). Kualitas Pelayanan Transportasi Berbasis Online dan Kepuasan Pelanggan. *Psikologi AN NAFS*.
- Saputri, Y.R.C., Hadi, C. (2007). Hubungan Kualitas Pelayanan (Service Quality) dengan Kesetiaan Pelanggan (Customer Loyalty) pada Alfamidi Dharmawangsa Surabaya. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 6(38–48), 1–11. Diambil dari <http://url.unair.ac.id/cf758369>
- Sidik Priadana, D. S. (2021). *Metedologi Penelitian Kuantittif*. Tangerang: Pascal Books.
- Sutriadi, S. (2020). Tingkat Kualitas Pelayanan Berdasarkan Karakteristik Pelanggan Pada Hotel "X" Bandung. *Jurnal Psikologi*.
- Syahrum, S. (2012). *Metedologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Yusra. (2020). Hubungan kualitas pelayanan terhadap tingkat. 201-206.





BLUE PRINT SKALA KUALITAS PELAYANAN (X)


Aspek	Indikator	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
Bukti Fisik	Penampilan sarana dan prasarana fisik	Home Tailor menggunakan mesin jahit yang canggih dan modern.	Home Tailor menggunakan mesin jahit yang klasik	4
		Home Tailor menggunakan mesin yang lengkap berbagai tipe.	Home Tailor tidak menyediakan mesin jahit yang lengkap.	
Keandalan	Kemampuan	Home Tailor selalu tepat waktu pada perjanjian dengan pelanggan	Home Tailor tidak menepati waktu kepada para konsumenn	4
		Home Tailor selalu mengutamakan ketepatan tanpa kesalahan dalam pelayanan pelanggan	Home Tailor tidak mengutamakan ketepatan serta kesalahan dalam pelayanan pelanggan	
Daya Tangkap	Ketanggapan	Home Tailor melayani kebutuhan pelanggan secara tepat dan jelas	Home Tailor tidak melayani kebutuhan pelanggan secara tepat dan jelas	4

		Home Tailor memperbaiki jahitan dengan cepat jika hasil jahitan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan	Home Tailor memperbaiki jahitan dengan lambat jika hasil jahitan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan	
Jaminan	Kompetensi	Home Tailor sangat teliti dalam mengerjakan jasanya.	Home Tailor tidak teliti dalam mengerjakan jasanya	4
		Home Tailor sangat terampil terhadap permintaan dari pelanggan.	Home Tailor tidak terampil terhadap permintaan dari pelanggan.	
Empati	Perhatian	Home Tailor memberikan pelayanan memuaskan kepada pelanggan	Home Tailor tidak memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggann	4
		Home Tailor mampu memahami keinginan pelanggan	Home Tailor belum mampu memahami keinginan pelanggan	

BLUE PRINT SKALA KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favorable	Unfavorable	
Kenyamanan	Lokasi	Home Tailor mudah dijangkau dan letaknya yang strategis serta bersih	Home Tailor sulit untuk dijangkau dan letaknya yang tidak strategis serta berantakan	4
		Home Tailor berlokasi di perdesaan yang sejuk	Home Tailor berlokasi di perdesaan yang gersang dan panas	
Hubungan Konsumen dengan Karyawan	Responsif	Home Tailor bersikap ramah terhadap pelanggan	Home Tailor bersikap angkuh dan sombong terhadap pelanggan	4
		Home Tailor memberikan respon yang cepat dan komunikasi yang baik terhadap pelanggan	Home Tailor tidak memberikan respon yang cepat dan komunikasi yang kurang baik terhadap pelanggan	
Kompetensi Teknis Petugas	Pengalaman	Home Tailor selalu berhasil terhadap permintaan model	Home Tailor selalu gagal terhadap permintaan	4

		busana dari pelanggan	model busana dari pelanggan	
		Home Tailor mampu menerima segala jenis permintaan model busana dari pelanggan	Home Tailor tidak mampu menerima segala jenis permintaan model busana dari pelanggan	
Biaya	Harga	Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor terjangkau untuk semua kalangan	Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor hanya terjangkau untuk kalangan atas	4
		Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor sesuai dengan kualitas yang diberikan	Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan	



LAMPIRAN B
KUISIONER
SKALA KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN

ANGKET SKALA KUALITAS PELAYANAN (X)

IDENTITAS DIRI

Nama / Inisial :

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Umur :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Tulislah identitas Anda. Nama boleh diganti dengan inisial
2. Perhatikan pernyataan secara teliti dan pilih salah satu opsi jawaban yang telah tersedia sesuai dengan keadaan Anda dan beri tanda \surd
3. Jawablah setiap pernyataan dengan jujur. Hasil dari skala ini tidak akan memberi pengaruh apapun pada aktivitas anda
4. Pastikan semua pernyataan terisi dan tidak ada yang terlewatkan, karena semua hasil maupun jawaban dari skala ini akan dijaga kerahasiaannya.

Keterangan:

Jawablah pernyataan dengan memilih

SS : Bila Anda merasa sangat sesuai dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda merasa sesuai dengan pernyataan tersebut.

TS : Bila Anda merasa tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

STS : Bila Anda merasa sangat tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

Contoh pengisian skala:

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Home Taylor selalu ada Diskon		\surd		

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Home Tailor melayani kebutuhan pelanggan secara tepat dan jelas				
2	Home Tailor tidak menyediakan mesin jahit yang lengkap				
3	Home Tailor menggunakan mesin jahit yang klasik				
4	Home Tailor memperbaiki jahitan dengan cepat jika hasil jahitan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan				
5	Home Tailor selalu mengutamakan ketepatan tanpa kesalahan dalam pelayanan pelanggan				
6	Home Tailor selalu tepat waktu pada perjanjian dengan pelanggan				
7	Home Tailor tidak melayani kebutuhan pelanggan secara tepat dan jelas				
8	Home Tailor tidak menepati waktu kepada para konsumenn				
9	Home Tailor memperbaiki jahitan dengan lambat jika hasil jahitan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan				
10	Home Tailor tidak mengutamakan ketepatan serta kesalahan dalam pelayanan pelanggan				
11	Home Tailor menggunakan mesin jahit yang canggih dan modern				
12	Home Tailor menggunakan mesin yang lengkap berbagai tipe				
13	Home Tailor belum mampu memahami keinginan pelanggan				
14	Home Tailor tidak teliti dalam mengerjakan jasanya				
15	Home Tailor memberikan pelayanan memuaskan kepada pelanggan				
16	Home Tailor sangat terampil terhadap permintaan dari pelanggan				

17	Home Tailor sangat teliti dalam mengerjakan jasanya.				
18	Home Tailor mampu memahami keinginan pelanggan				
19	Home Tailor tidak memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggann				
20	Home Tailor tidak terampil terhadap permintaan dari pelanggan.				



ANGKET SKALA KEPUASAN PELANGGAN (Y)

IDENTITAS DIRI

Nama / Inisial :

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Umur :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Tulislah identitas Anda. Nama boleh diganti dengan inisial
2. Perhatikan pernyataan secara teliti dan pilih salah satu opsi jawaban yang telah tersedia sesuai dengan keadaan Anda dan beri tanda \checkmark
3. Jawablah setiap pernyataan dengan jujur. Hasil dari skala ini tidak akan memberi pengaruh apapun pada aktivitas anda
4. Pastikan semua pernyataan terisi dan tidak ada yang terlewatkan, karena semua hasil maupun jawaban dari skala ini akan dijaga kerahasiaannya.

Keterangan:

Jawablah pernyataan dengan memilih

SS : Bila Anda merasa sangat sesuai dengan pernyataan tersebut

S : Bila Anda merasa sesuai dengan pernyataan tersebut.

TS : Bila Anda merasa tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

STS : Bila Anda merasa sangat tidak sesuai dengan pernyataan tersebut

Contoh pengisian skala:

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Home Taylor selalu menjahit dengan rapi		\checkmark		

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Home Tailor tidak mampu menerima segala jenis permintaan model busana dari pelanggan				
2	Home Tailor selalu gagal terhadap permintaan model busana dari pelanggan				
3	Home Tailor berlokasi di perdesaan yang gersang dan panas				
4	Home Tailor sulit untuk dijangkau dan letaknya yang tidak strategis serta berantakan				
5	Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor sesuai dengan kualitas yang diberikan				
6	Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor terjangkau untuk semua kalangan				
7	Home Tailor bersikap ramah terhadap pelanggan				
8	Home Tailor memberikan respon yang cepat dan komunikasi yang baik terhadap pelanggan				
9	Home Tailor mampu menerima segala jenis permintaan model busana dari pelanggan				
10	Home Tailor selalu berhasil terhadap permintaan model busana dari pelanggan				
11	Home Tailor mudah dijangkau dan letaknya yang strategis serta bersih				
12	Home Tailor berlokasi di perdesaan yang sejuk				
13	Home Tailor tidak memberikan respon yang cepat dan komunikasi yang kurang baik terhadap pelanggan				
14	Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan				
15	Home Tailor bersikap angkuh dan sombong terhadap pelanggan				
16	Harga yang ditetapkan oleh Home Tailor hanya terjangkau untuk kalangan atas				



DATA PENELITIAN KUALITAS PELAYANAN (X)																				
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)																				
NO	INISIAL	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	TOTAL
1	CA	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	50
2	TKM	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	69
3	EI	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	58
4	PTI	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	4	3	56
5	AI	3	4	2	4	3	2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	49
6	DV	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	57
7	AH	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
8	MH	3	3	2	3	4	2	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	52
9	SS	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	2	53
10	M	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	48
11	S	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	53
12	SR	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
13	UFH	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
14	EV	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	56
15	DW	4	1	4	4	1	1	1	1	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	42
16	TN	4	1	4	4	1	1	1	1	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	42
17	PT	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	3	53
18	ATK	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	65
19	RIA	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	3	56
20	ENH	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	4	4	1	2	54
21	DI	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	2	4	4	3	2	2	1	2	55
22	LA	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	60
23	INA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
24	SG	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
25	SM	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	50
26	VI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
27	LW	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
28	NR	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	58
29	SW	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	57
30	SRI	4	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	57
31	ASL	4	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	57
32	IH	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
33	KMA	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	60
34	YES	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	66
35	NMA	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	65
36	IN	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	64
37	ND	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
38	SI	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	63
39	TK	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	3	3	54
40	NL	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	67
41	IYH	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	64
42	BT	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	66
43	AY	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	1	4	4	3	4	3	4	4	62
44	MR	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	1	4	4	3	4	3	4	3	62
45	RM	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	61
46	SM	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	62
47	MS	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	64
48	MIS	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	69
49	HS	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	1	3	56
50	LA	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	1	3	56

DATA PENELITIAN KEPUASAN PELANGGAN (Y)																		
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGAN)																		
NO	INISIAL	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	TOTAL
1	CA	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	46
2	TKM	3	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	57
3	EI	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	52
4	PTI	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	51
5	AI	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	52
6	DV	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	53
7	AH	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	50
8	MH	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
9	SS	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	53
10	M	2	2	2	2	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2	4	2	40
11	S	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	1	2	1	2	3	4	47
12	SR	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
13	UFH	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
14	EV	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	51
15	DW	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
16	TN	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
17	PT	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	53
18	ATK	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	49
19	RIA	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	54
20	ENH	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	4	3	41
21	DI	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	38
22	LA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
23	INA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
24	SG	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
25	SM	2	3	2	4	4	4	2	2	3	2	3	2	3	2	4	4	46
26	VI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
27	LW	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
28	NR	2	4	2	4	4	4	2	2	4	2	3	4	3	4	4	4	52
29	SW	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	50
30	SRI	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	57
31	ASL	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	3	1	4	4	43
32	IH	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
33	KMA	1	4	1	4	4	4	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	49
34	YES	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	60
35	NMA	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
36	IN	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	56
37	ND	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	53
38	SI	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	56
39	TK	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	4	42
40	NL	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	56
41	IYH	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	57
42	BT	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	53
43	AY	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
44	MR	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
45	RM	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
46	SM	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
47	MS	3	3	3	4	2	2	4	4	3	3	4	2	4	2	4	4	51
48	MIS	3	4	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	55
49	HS	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	58
50	LA	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	1	4	1	4	4	48



```

DATASET ACTIVATE DataSet0.
RELIABILITY
/VARIABLES=aitem_1 aitem_2 aitem_3 aitem_4 aitem_5 aitem_6 aitem_7
aitem_8 aitem_9 aitem_10 aitem_11 aitem_12 aitem_13 aitem_14 aitem_15
aitem_16 aitem_17 aitem_18 aitem_19 aitem_20
/SCALE('Kualitas Pelayanan') ALL
/MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

Notes		
Output Created		19-JUL-2023 18:06:08
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Definition of Missing	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Cases Used	RELIABILITY /VARIABLES=aitem_1 aitem_2 aitem_3 aitem_4 aitem_5 aitem_6 aitem_7 aitem_8 aitem_9 aitem_10 aitem_11 aitem_12 aitem_13 aitem_14 aitem_15 aitem_16 aitem_17 aitem_18 aitem_19 aitem_20 /SCALE('Kualitas Pelayanan') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Syntax		
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,06

[DataSet0]

Scale: Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	20

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	3,58	,499	50
aitem_2	2,94	,843	50
aitem_3	2,34	,745	50
aitem_4	3,26	,694	50
aitem_5	3,38	,635	50
aitem_6	3,44	,611	50
aitem_7	3,16	,738	50
aitem_8	3,08	,804	50
aitem_9	3,10	,647	50
aitem_10	2,98	,622	50
aitem_11	3,24	,716	50
aitem_12	3,42	,673	50
aitem_13	2,88	,982	50
aitem_14	3,32	,844	50
aitem_15	3,38	,855	50
aitem_16	3,50	,544	50
aitem_17	3,54	,542	50
aitem_18	3,50	,544	50
aitem_19	3,04	1,009	50
aitem_20	3,16	,738	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	60,66	56,637	,331	,863
aitem_2	61,30	53,929	,382	,862
aitem_3	61,90	55,806	,270	,866
aitem_4	60,98	54,591	,419	,860
aitem_5	60,86	56,490	,259	,865
aitem_6	60,80	56,163	,309	,863
aitem_7	61,08	52,647	,577	,854
aitem_8	61,16	52,137	,567	,854
aitem_9	61,14	53,062	,625	,853
aitem_10	61,26	53,176	,640	,853
aitem_11	61,00	54,245	,437	,859
aitem_12	60,82	55,293	,362	,862
aitem_13	61,36	53,011	,377	,864
aitem_14	60,92	50,851	,649	,850
aitem_15	60,86	51,021	,624	,851
aitem_16	60,74	56,604	,302	,864
aitem_17	60,70	55,153	,487	,858
aitem_18	60,74	55,870	,394	,861
aitem_19	61,20	51,388	,481	,859
aitem_20	61,08	51,177	,724	,848

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
64,24	59,370	7,705	20

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
RELIABILITY
/VARIABLES=aitem_1 aitem_2 aitem_3 aitem_4 aitem_5 aitem_6 aitem_7
aitem_8 aitem_9 aitem_10 aitem_11 aitem_12 aitem_13 aitem_14 aitem_15
aitem_16
/SCALE('Kepuasan Pelanggan') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Reliability

		Notes	
Output Created			19-JUL-2023 18:06:15
Comments			
Input	Active Dataset	DataSet1	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		50
Missing Value Handling	Matrix Input		
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
Syntax	Cases Used	RELIABILITY /VARIABLES=aitem_1 aitem_2 aitem_3 aitem_4 aitem_5 aitem_6 aitem_7 aitem_8 aitem_9 aitem_10 aitem_11 aitem_12 aitem_13 aitem_14 aitem_15 aitem_16 /SCALE('Kepuasan Pelanggan') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.	
	Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00,02 00:00:00,01

[DataSet1]

Scale: Kepuasan Pelanggan

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	3,02	,820	50
aitem_2	3,34	,772	50
aitem_3	3,02	,845	50
aitem_4	3,14	,670	50
aitem_5	3,02	,769	50
aitem_6	3,08	,724	50
aitem_7	3,12	,849	50
aitem_8	3,18	,873	50
aitem_9	3,30	,707	50
aitem_10	3,02	,795	50
aitem_11	3,18	,800	50
aitem_12	2,96	,856	50
aitem_13	3,18	,800	50
aitem_14	3,00	,857	50
aitem_15	3,56	,787	50
aitem_16	3,34	,745	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	47,44	67,109	,752	,921
aitem_2	47,12	67,822	,744	,922
aitem_3	47,44	66,945	,740	,921
aitem_4	47,32	70,712	,596	,925
aitem_5	47,44	72,292	,383	,931
aitem_6	47,38	71,424	,485	,928
aitem_7	47,34	71,780	,375	,932
aitem_8	47,28	67,553	,667	,924
aitem_9	47,16	68,790	,733	,922
aitem_10	47,44	67,231	,769	,921
aitem_11	47,28	68,451	,664	,924
aitem_12	47,50	67,398	,694	,923
aitem_13	47,28	68,451	,664	,924
aitem_14	47,46	67,315	,699	,923
aitem_15	46,90	67,888	,724	,922
aitem_16	47,12	69,332	,644	,924

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
50,46	77,886	8,825	16



```

NPAR TESTS
  /K-S(NORMAL)=X Y
  /STATISTICS DESCRIPTIVES
  /MISSING ANALYSIS.
    
```

NPar Tests

Notes		
Output Created		19-JUL-2023 18:11:23
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
Missing Value Handling	File	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Syntax	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=X Y /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,03
	Number of Cases Allowed ^a	157286

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet2]

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kualitas Pelayanan	50	58,52	7,277	42	72
Kepuasan Pelanggan	50	50,46	8,825	19	64

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
N		50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	58,52	50,46
	Std. Deviation	7,277	8,825
	Absolute	,123	,190
Most Extreme Differences	Positive	,123	,069
	Negative	-,084	-,190
Kolmogorov-Smirnov Z		,868	1,345
Asymp. Sig. (2-tailed)		,439	,054

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



```
MEANS TABLES=Y BY X
/CELLS MEAN COUNT STDDEV
/STATISTICS ANOVA LINEARITY.
```

Means

Notes		
Output Created		19-JUL-2023 18:11:50
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
Missing Value Handling	File	
	Definition of Missing	For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing.
	Cases Used	Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values.
Syntax		MEANS TABLES=Y BY X /CELLS MEAN COUNT STDDEV /STATISTICS ANOVA LINEARITY.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet2]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan Pelanggan *	50	100,0%	0	0,0%	50	100,0%
Kualitas Pelayanan						

Report

Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
42	40,00	2	29,698
48	40,00	1	.
49	52,00	1	.
50	46,00	2	,000
52	59,00	1	.
53	51,00	3	3,464
54	46,43	7	3,457
55	38,00	1	.
56	52,40	5	3,782
57	50,75	4	5,909
58	52,00	2	,000
60	48,50	2	,707
61	48,00	1	.
62	38,67	3	17,039
63	56,00	1	.
64	54,67	3	3,215
65	54,00	2	7,071
66	56,50	2	4,950
67	56,00	1	.
69	56,00	2	1,414
72	61,25	4	5,500
Total	50,46	50	8,825

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			1907,672	20	95,384	1,449	,177
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	Linearity	794,846	1	794,846	12,076	,002
		Deviation from Linearity	1112,827	19	58,570	,890	,597
	Within Groups		1908,748	29	65,819		
Total			3816,420	49			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	,456	,208	,707	,500





```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes		
Output Created		19-JUL-2023 18:13:09
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet2
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
Missing Value Handling	File	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet2]

Descriptive Statistics


	Mean	Std. Deviation	N
Kualitas Pelayanan	58,52	7,277	50
Kepuasan Pelanggan	50,46	8,825	50

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,456**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	50	50
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,456**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1655/FPSI/01.10/VII/2023 14 Juli 2023
Lampiran : -
Hal : **Penelitian**

Yth. Bapak/Ibu **Pimpinan**
Home Taylor Busana Muslim
di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : **Suhaimi Saputra**
NPM : **198600389**
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di **Home Taylor Busana Muslim, Dusun IV Desa Lama, Kec. Hampan Perak, Kab. Deli Serdang** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Home Taylor Busana Muslim"**.


Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Toko yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.


An. Dekan,
Bidang Pendidikan, Penelitian Dan
Pengabdian Kepada Masyarakat
Laili Alfita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



HOME TAYLOR BUSANA MUSLIM
Dusun IV Desa Lama, Kec. Hampan Perak, Kab. Deli Serdang, Telp. 0812-6073-3686

Nomor : SB.01/HT-BM/VII/2023 25 Juli 2023
Lampiran : -
Hal : **Penelitian**

Kepada Yth,
Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan PKM
Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
di
Tempat

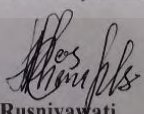
Dengan Hormat,
Sehubungan dengan surat Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Nomor : 1655/FPSP/01.10/VII/2023 tertanggal 14 Juli 2023 perihal penelitian yang dilaksanakan di Home Taylor Busana Muslim, dengan ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa atas nama:

Nama : Suhaimi Saputra
NPM : 198600389
Program Studi : Psikologi
Jenjang : Strata Satu (S1)

Telah melaksanakan penelitian di Home Taylor Busana Muslim dari Tanggal 14 Juli 2023 s/d 24 Juli 2023 dengan Judul Skripsi: *"Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Di Home Taylor Busana Muslim"*

Demikian surat ini kami sampaikan, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Pimpinan,
Home Taylor Busana Muslim


Rusniyawati

Tembusan
- Arsip