

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KARAOKE KELUARGA FAMILY BOX PANAM DI PEKANBARU

Mulyadi Maswir

College of Economics - STIE Riau

E-mail : mulyadimaswir@lecturer.stieriau-akbar.ac.id

Abstract : *The place and location of this research was conducted at Karoke Keluarga Family Box Panam in Pekanbaru which is located on Jalan. HR. Soebrantas Pekanbaru. This study aims to determine the effect of service quality on consumer satisfaction Karoke Keluarga Family Box Panam Pekanbaru. In analyzing the data obtained from the object of this research using quantitative descriptive analysis. From the results of the multiple linear regression equation research, it is known that $Y = 1.770 + 0.205X_1 + 0.365X_2 + 0.234X_3 + 0.326X_4 + 0.244X_5$, the conclusion is that service quality has a significant influence on the satisfaction of Karoke Family Family Box Panam Pekanbaru. The results of the discussion can be concluded that service quality affects the satisfaction of Karoke Family Family Box Panam Pekanbaru consumers, this is indicated by the influence of service quality indicators with consumer satisfaction. By knowing the value of R Square (R^2) of 0.575 or 57.5% . Adjusted R Square is used to determine the percentage influence of the independent variable (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance) on changes in the dependent variable (Consumer Satisfaction). The conclusion that can be drawn is the magnitude of the influence of the independent variable (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance) on the dependent variable (Consumer Satisfaction) is 57.5%, while the remaining 42.5% is influenced by other variables.*

Keywords: *Consumer Satisfaction, Real Evidence, Caring, Reliability, Responsiveness, Guarantee*

Pendahuluan

Dinamika kehidupan perkotaan selalu saja menimbulkan masalah seiring dengan kesibukan dan beban kerja yang semakin bertambah, sehingga menuntut memaksimalkan hari libur untuk dapat diisi dengan hal hal yang positif, termasuk diantaranya pusat pusat hiburan dimana saat ini hiburan banyak dicari oleh masyarakat baik pekerja maupun para pelajar, dengan tujuan untuk menghilangkan kepenatan, ketegangan, kejenuhan, dan rasa lelah karena kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap harinya. Dalam mengatasi hal tersebut, orang dapat mencari tempat hiburan yang menyenangkan hati seperti : taman hiburan, tempat wisata, bioskop, tempat karaoke, dan masih banyak tempat hiburan lainnya. Karena hiburan merupakan salah satu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia yang disebabkan adanya

pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian Indonesia.

Akhir-akhir ini semakin banyak berdirinya tempat-tempat hiburan khususnya karaoke yang menawarkan berbagai macam pelayanan dan fasilitas lengkap dengan teknologi modern untuk memanjakan konsumen disertai dengan penawaran paket harga yang berariatif dan kompetitif. Dalam membeli suatu produk atau jasa, seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu kekurangan. Konsumen tidak menginginkan produk atau jasa yang tidak memenuhi standar mutu. Apa yang menentukan konsumen akan puas, atau tidak puas terhadap suatu pembelian baik itu produk maupun jasa. Kepuasan konsumen adalah fungsi seberapa dekat harapan konsumen atas suatu produk atau jasa dengan mutu yang dirasakan. Konsumen akan

merasa tidak puas jika suatu produk atau jasa tidak sesuai harapan, konsumen akan merasa puas jika suatu produk atau jasa sesuai harapan.

Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kemampuan perusahaan, baik dalam menghadapi persaingan maupun dalam usaha mengefisiensikan usaha. Untuk itu salah satu usaha dari suatu perusahaan adalah harus mempunyai strategi pemasaran yang baik guna memasuki peluang-peluang yang ada dipasar, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dapat dipertahankan dan sekaligus dapat meningkatkan volume penjualan serta laba/profit dari perusahaan.

Untuk mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi pada saat konsumen melakukan pembelian terhadap produk maupun jasa, maka hal ini biasanya terkait dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pasca pembelian produk maupun jasa tersebut. Faktor-faktor pelayanan tersebut yaitu seperti : area parkir, ruang tunggu, cukupnya jumlah karyawan yang melayani konsumen dan juga keandalan karyawan dalam menangani keluhan dan masalah konsumen.

Dalam kesempatan ini, dimanfaatkan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa hiburan, yaitu Family Box Karaoke keluarga yang menyediakan pelayanan kepada konsumen, seperti : penyediaan ruangan yang bersih dan nyaman, dimana di dalamnya terdapat penyajian lagu-lagu untuk berolah

vokal, penyajian berbagai menu makanan dan minuman, serta dapat juga digunakan sebagai tempat acara pertemuan atau rapat, atau dapat juga digunakan untuk sekedar bersantai bersama keluarga dengan berbagai fasilitas yang menunjang seperti peralatan komputer dan sound system yang canggih, area parkir yang laus dan aman, toilet yang bersih, serta ruang tunggu yang nyaman, dan di dukung kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen.

Karaoke atau yang sering disebut *Lounge* adalah tempat hiburan bernyanyi dengan menggunakan audio video sebagai latar belakang musik. Saat ini tempat karaoke keluarga mendapat sambutan baik dari masyarakat, sebab dapat menjadi alternatif hiburan dan sarana penghilang stress. Bagi masyarakat berduit, tempat hiburan menjadi pelarian untuk melepas stress setelah beraktifitas atau sekedar mencari suasana tenang dan mencari kesenangan semata. Karaoke keluarga menjadi alternatif yang kini banyak digemari warga. Dari anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua terlihat memadati lokasi hiburan tersebut, apalagi hari libur. Tingginya tingkat kunjungan warga ini menjadi gambaran mengapa banyak bermunculan usaha karaoke keluarga. Akibatnya, persaingan antar tempat hiburan semakin tajam untuk menarik minat masyarakat.

Tabel 1
Jumlah Karyawan dan Jabatan pada Karaoke Keluarga Family Box Panam Pekanbaru Tahun 2019

No	Jabatan	Jumlah	Waktu Kerja
1	Manager	1	
2	Supervisor	1	1 Shift
3	Leader	2	2 Shift
4	Teknisi	2	2 Shift
5	Adm	1	1 Shift
6	Pembelia barang	1	1 Shift
7	Receptionis	4	2 Shift
8	Kasir	4	2 Shift
9	Server	15	2 Shift
10	Cs	2	2 Shift
	TOTAL	33	

Sumber : Family Box Panam 2020

Dari table 1 dapat diketahui sebanyak 33 orang karyawan yang bekerja sama untuk

menjalankan operasional Karaoke Keluarga Family Box Panam, disetiap mereka

miliki jabatan dan tanggung jawab yang harus mereka lakukan sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang telah dibuat oleh perusahaan.

Bersama ini dapat dilihat kondisi dari Karaoke Keluarga Family Box Panam Pekanbaru tentang fasilitas dan harga dari room yang ditawarkan sebagai berikut :

Tabel 2
Jumlah Room, Harga, dan Fasilitas pada Karaoke Keluarga Family Box Panam Pekanbaru 2015 s/d 2019

No	Tipe Room	Jumlah Room	Harga Room/ Jam		Jumlah Max Orang	Fasilitas
			Siang (Rp)	Malam (Rp)		
1	Standard	14	20,000	40,000	6	Tv 42" 1 unit, mic 2 unit, Ac
2	Executive	10	30,000	50,000	8	Tv 42" 1 unit, mic 2 unit, Ac
3	Deluxe	4	40,000	60,000	12	Tv 42" 2 unit, mic 4 unit, Ac
4	Suite	2	50,000	80,000	14	Tv 42" 2 unit, mic 4 unit, Ac, Toilet
5	Royal Suite	1	80,000	140,000	24	Tv 42" 2 unit, mic 8 unit, Ac, Toilet

Sumber : Family Box Panam 2020

Dari tabel diatas Karaoke Family Box Panam memiliki 31 room dan memiliki 5 jenis room yang ada yaitu: standard, executive, deluxe, suite, royal suite. Penyewaan room tersebut memiliki 2 kategori harga yaitu: harga siang (Happy Hour) dan harga malam (Business Hour) Setiap room memiliki luas dan jumlah fasilitas yang berbeda-beda, dan jumlah

maksimal tamu disetiap roomnya sudah ditetapkan.

Menurut manajemen Family Box Karaoke keluarga, kepuasan konsumen dapat dilihat dari adanya tingkat penurunan dan peningkatan jumlah konsumen yang datang yaitu melalui program yang dipakai oleh pihak Family Box (Sales Report) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3
Data tentang Target dan Realisasi Room yang terjual pada Family Box Karaoke Keluarga Panam di Pekanbaru 2015 s/d 2019.

No	Tahun	Target (Room)	Realisasi (Room)	Persentase (%)
1	2015	40.000	40.428	101,07
2	2016	40.000	36.592	91,48
3	2017	40.000	34.380	85,95
4	2018	40.000	34.068	85,17
5	2019	40.000	32.828	82,07

Sumber : Family Box panam 2020

Berdasarkan data tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa target yang ditetapkan oleh Family Box Panam untuk room yang terjual per tahunnya hanya 1 tahun yang tercapai hal itu dapat dilihat pada tahun 2015. Sedangkan pada tahun-tahun berikutnya target perusahaan mengalami penurunan tiap tahunnya. Target penurunan yang terendah terjadi pada tahun 2019, hal tersebut dikarenakan banyaknya pesaing yang sudah ada saat ini dan juga bisa disebabkan karena pelayanan yang kurang

maksimal sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Jelas ini sangat berpengaruh terhadap target pengunjung yang telah ditetapkan.

Adapun yang bisa dilihat selain dari jumlah konsumen yang mengunjungi Karaoke Keluarga Family Box Panam yaitu target omset yang telah ditetapkan tim manajemen, hal ini bisa kita lihat dari jumlah uang masuk yang diperoleh perusahaan selama beroperasi tiap tahunnya dari tahun 2015 s/d 2019 dapat dilihat dari table

dibawah ini :

Tabel 4
Data tentang Target dan Realisasi Omset pada Family Box Karaoke Keluarga Panam di Pekanbaru 2015 s/d 2019.

No	Tahun	Target (Rp)	Realisasi	Persentase (%)
1	2015	3.600.000.000	3.641.400.000	101,15
2	2016	3.600.000.000	3.341.880.000	92,83
3	2017	3.600.000.000	3.067.200.000	85,20
4	2018	3.600.000.000	3.044.520.000	84,57
5	2019	3.600.000.000	2.986.920.000	82,97

Sumber : Family Box panam 2020

Berdasarkan data tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa target yang ditetapkan oleh Family Box Panam dari penjualan room, junk food, bar, dan kitchen untuk omset yang tercapai hanya 1 tahun, hal itu dapat dilihat pada tahun 2015. Sedangkan pada tahun-tahun berikutnya target perusahaan mengalami penurunan tiap tahunnya. Target penurunan yang terendah

terjadi pada tahun 2019, hal tersebut dikarenakan banyaknya pesaing yang sudah ada saat ini dan juga bisa disebabkan karena pelayanan yang kurang maksimal sehingga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Jelas ini sangat berpengaruh terhadap target omset yang telah ditetapkan.

Tabel 5
Data tentang Keluhan pengunjung pada Family Box Karaoke Keluarga Panam di Pekanbaru 2015 s/d 2019.

No	Tahun	Jumlah Keluhan	Jenis keluhan yang terdata (%)				
			Aroma ruangan	Sound system	Pelayanan	Update lagu	Parkiran
1	2015	220	25	20	25	30	
2	2016	560	20	20	20	30	10
3	2017	420	20	15	20	40	5
4	2018	350	10	20	20	40	10
5	2019	280	10	20	20	35	15

Sumber : Data Olahan Family Box panam 2020

Berdasarkan data tabel 5 diatas dapat dijelaskan bahwa setiap tahunnya perusahaan menerima berbagai keluhan dari pelanggan mereka, seperti sound system yang kurang bagus, aroma ruangan yang kurang enak dihirup, pelayanan yang lamban seperti pembayaran dikasir yang banyak antrian, pelayan yang lambat membersihkan ruangan yang akan dipakai tamu lagi, dan lagu yang kurang update. Hal tersebut dapat dilihat jumlah konsumen yang memberikan keluhan selalu mengalami perubahan.

Oleh karena itu Manajemen Family Box Karaoke keluarga perlu melakukan evaluasi faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, agar manajemen Family Box Karaoke keluarga dapat memperbaiki tingkat pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan. Sebagai salah satu perusahaan pelayanan konsumen dalam bidang hiburan atau entertainment, karaoke dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen pengguna jasa.

Berkaitan dengan hal tersebut pihak karaoke akan melakukan suatu upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui penggunaan karyawan yang memiliki dedikasi dan kompetensi yang tinggi mengingat sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan jasa pelayanan.

Berdasarkan uraian diatas, agar tercapai tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan Family Box Karaoke keluarga, maka perlu dilakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Family Box Karaoke Keluarga Panam Di Pekanbaru.

Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut “Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Family Box Karaoke Keluarga Panam Pekanbaru”.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis sehubungan dengan masalah yang telah dirumuskan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Family Box Karaoke Keluarga Panam Pekanbaru.

Metode Penelitian

Defenisi Operasional

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Variabel terikat (Y) adalah *Kepuasan Konsumen*, sedangkan variabel bebas (X) terdiri dari *Kualitas Pelayanan Jasa*.

Variabel Independen (X) : Kualitas Pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang terdiri dari ;

- X1. = *Tangible* (Fasilitas fisik)
- X2. = *Empaty* (perhatian)
- X3. = *Reliability* (kehandalan)
- X4. = *Responsibility* (Kehandalan)

X5. = *Assuransce* (jaminan)

Variabel Dependen (Y): Kepuasan Pasien

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Sekala Pengukuran

Pengukuran pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dilakukan dengan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dan memberikan responden atas daftar pertanyaan tersebut. Untuk menentukan nilai jawaban setiap pertanyaan yang digunakan skala Likert atau Skala penentuan dengan lima pilihan jawaban, (Sugiyono, 2010 : 107) yaitu :

Sangat setuju	= 5
setuju	= 4
Cukup setuju	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

Populasi Dan Sampel

Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi yang diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini menjadi populasi adalah konsumen Family Box Karaoke Keluarga Panam di Pekanbaru, yang berjumlah sebesar 32.828 konsumen yang terdaftar diprogram Family Box Panam.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2011 :81). Dengan demikian sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasi nya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Dengan menghitung ukuran sampel yang digunakan menggunakan teknik Slovin menurut (Sugiono, 2008:87). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya

harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi
- e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir ; e =0,1

Dalam Rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, penulis menggunakan presentase kelonggaran 10%.

Dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{32.828}{1 + 32.828(0,1)^2}$$

$$n = \frac{32.828}{1 + 328,29}$$

n = 99,99 maka dibulatkan menjadi 100 sampel

Berdasarkan pada hasil perhitungan rumus slovin tersebut, maka responden yang diambil dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Selanjutnya menurut Sudjana (1989:161) sampel dalam penelitian adalah sebagian dari populasi dengan menggunakan metode *sample Random sampling*, yaitu : mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan klasifikasi pelanggan.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik *insidental*, seperti yang dikemukakan Sugiyono (2011:85), bahwa *insidental sampling* adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ *insidental* bertemu dengan

peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Metode Pengumpulan Data

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui item yang valid dalam menentukan suatu variable, yaitu dengan membandingkan nilai korelasi *product moment* atau r hitung dengan r tabel (Priyatno, 2010:21). Kriteria penilaiannya adalah :

- Jika r hitung \geq r tabel, maka item pertanyaan dikatakan valid.
- Jika r hitung \leq r tabel, maka dikatakan item pertanyaan dikatakan tidak valid dan pertanyaan tersebut dinyatakan gugur.

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kehandalan dari butir-butir pertanyaan yang valid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* (Arikunto 1998:145) dengan kriteria :

- Jika nilai *Cronbach's Alpha* \geq 0,6 maka item valid dikatakan reliable.
- Jika nilai *Cronbach's Alpha* \leq 0,6 maka item yang valid dikatakan tidak reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji tingkat kenormalan distribusi variabel pengganggu atau residual dalam model regresi. Untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal berdistribusi normal maka dilakukan uji Kolmogorv-Smirov dengan melihat data residualnya apakah berdistribusi normal atau tidak, jika nilai Asumsi Signifikansi $<$ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan nilai Asumsi Signifikansi $>$ 0,05 maka data berdistribusi normal (Syafrizal Helmi Situmorang).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel

bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali,2006:96).

- a. Mempunyai angka Tolerance diatas $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas
- b. Mempunyai nilai VIF dibawah $< 1,0$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana sebaran varian factor atau *disturbance* tidak konstan sepanjang daerah observasi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat sifat dari variance error. Model Regresi yang baik adalah yang variannya bersifat *homoskedastis* atau *equal variance*. Adapun metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu Metode Grafik. Metode ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar penentuan ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu :

- Jika ada pola tertentu (plot) yang teratur (bergelombang, melebur lalu menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas atau plot menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau model bersifat homoskedastis.

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat (Nurgiyantoro, dkk, 2004:300).

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

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta (nilai y apabila x = 0)

b = Koefisien Regresi

X₁ = Tangibles (fasilitas fisik)

X₂ = Empathy (perhatian)

X₃ = Reliability (kehandalan)

X₄ = Responsiveness (sikap tanggap)

X₅ = Assurance (jaminan)

e = error

Pengujian Hipotesis

Uji t

Untuk menguji signifikansi korelasi antara variabel bebas (kualitas pelayanan) dengan variabel terikat (kepuasan tamu), maka dilakukan uji t. Sugiyono (2005:214) menyatakan uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel untuk kesalahan 5 % uji dua pihak dan derajat kebebasan.

(dk) = n – 2. Kriteria pengujianya adalah :

- Jika nilai t hitung $> t$ tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- a. Jika nilai t hitung $< t$ tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) atau *R square* untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2005:215), koefisien determinasi dapat dihitung dengan cara mengkuadratkan koefisien (R²) yang ditemukan. Nilai R² berkisar dari 0 sampai 1. Jika nilai R² bergerak mendekati 1 berarti semakin besar variasi variable dependen yang diterangkan oleh variabel independen. Jika dalam perhitungan nilai R² sama dengan 0, ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak bisa dijelaskan oleh variabel independen.

Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu dengan membanding F hitung dengan F tabel, maka akan dapat dilakukan dengan ketentuan

sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat signifikan $=0,05$ berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap variabel terikat maka (H_0 ditolak, H_1 diterima).
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada tingkat signifikan $=0,05$ berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat maka (H_0 diterima, H_1 ditolak).

Menentukan F_{tabel} yaitu dengan rumus $k-1$ (kolom) dan $n-k$ (baris).

Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas merupakan alat ukur untuk melihat apakah jawaban responden sesuai atau tidak dengan keadaan yang sebenarnya. Untuk menentukan nilai r_{tabel} dapat dicari dengan

rumus, yaitu $N-2$ pada alfa 0.05 ($100 - 2 = 98$) diperoleh nilai r_{table} sebesar $0,196$.

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui SPSS, maka diperoleh bahwa nilai r_{hitung} masing masing variable di atas r_{table} ($r_{hitung} > r_{table}$, dengan demikian maka semua pernyataan yang digunakan dalam kuisioner penelitian ini dinyatakan VALID.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau keandalan suatu instrument adalah kemantapan atau stabilitas antara hasil pengamatan dengan instrument atau pengukuran pengujian Reliability dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan Teknik Cronbach's alpha yaitu sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tangible (X1)	0.780	Reliabel
Empathy (X2)	0.811	Reliabel
Reliability (X3)	0.798	Reliabel
Responsiveness (X4)	0.830	Reliabel
Assurance (X5)	0.775	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.776	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat diketahui semua variabel dalam penelitian ini mempunyai Cronbach's alpha yang cukup besar yaitu diatas 0.60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukuran masing-masing variabel dari kuesioner itu variabel bebas maupun variabel terikat dapat disimpulkan bahwa semua instrument penelitian reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini kuesioner yang handal dan berarti variabel yang digunakan sudah konsisten dan dapat dipercaya.

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, maka dapat disimpulkan bahwa data sudah sesuai atau layak untuk diteliti/dianalisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui arah hubungan variable bebas yaitu Kualitas Pelayanan (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance) terhadap kepuasan konsumen, dilakukan analisis statistic, yaitu berupa regresi linier berganda, Berikut adalah output hasil SPSS:

Tabel 7
Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.770	2.036		0.869	.387
Tangible	0.205	0.089	0.187	2.317	.023
Empaty	0.365	0.111	0.262	3.289	.001
Reliability	0.234	0.112	0.169	2.087	.040
Responsivennes	0.326	0.089	0.274	3.678	.000
Assurance	0.244	0.093	0.198	2.619	.010

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan table 7 diatas maka dapat dijelaskan dalam bentuk persamaan regresi, yaitu sebagai berikut:

$$Y = 1.770 + 0.205X_1 + 0.365X_2 + 0.234X_3 + 0.326X_4 + 0.244X_5$$

Berdasarkan Persamaan regresi berganda diatas maka dapat dijelaskan hasil persamaan sebagai berikut:

Nilai a sebesar 1.770, berarti pada saat seluruh/ semua variabel bebas dianggap konstan atau tetap maka kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru sebesar 1.770 satuan.

Nilai X1 sebesar 0.205, yang berarti jika variabel *tangible* bertambah sebesar satu-satuan, maka kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru akan meningkat sebesar 0.205 satuan.

Nilai X2 sebesar 0.365, yang berarti jika variabel *Empathy* bertambah sebesar satu-satuan, maka kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru akan meningkat sebesar 0.365 satuan.

Nilai X3 sebesar 0.234, yang berarti jika variabel *Reliability* bertambah sebesar satu-satuan, maka kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru akan meningkat sebesar 0.234 satuan.

Nilai X4 sebesar 0.326, yang berarti jika variabel *Responsivennes* bertambah sebesar satu-satuan, maka kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru akan meningkat sebesar 0.326 satuan.

Nilai X5 sebesar 0.244, yang berarti jika variabel *Assurance* bertambah sebesar satu-satuan, maka kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru akan meningkat sebesar 0.244 satuan.

Berdasarkan keterangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang memiliki arah hubungan yang paling tinggi adalah variabel *Empathy*, hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefesien sebesar 0.365 lebih besar dari variabel yang lain. Dan seluruh variabel bebas memiliki arah hubungan yang positif, yaitu jika variabel bebas bertambah sebesar satu-satuan maka variabel terikat akan mengalami peningkatan sebesar satuan, dalam hal ini kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru akan meningkat.

Uji_t

Uji_t digunakan untuk melihat pengaruh antara variable bebas terhadap variable terikat secara persial/satu persatu, berikut adalah hasil out put SPSS untuk uji_t:

Tabel 8
Uji_t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.770	2.036		0.869	.387
Tangible	0.205	0.089	0.187	2.317	.023
Empaty	0.365	0.111	0.262	3.289	.001
Reliability	0.234	0.112	0.169	2.087	.040
Responsivennes	0.326	0.089	0.274	3.678	.000
Assurance	0.244	0.093	0.198	2.619	.010

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara persial digunakan nilai t_{tabel} , diperoleh dengan $(n-k)/(\frac{1}{2} \alpha)$: sebesar $(100-6=94)$ pada $\frac{1}{2} \alpha$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.9855.

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai t_{hitung} untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

- Tangible* (X1) nilai t_{hitung} = 2.317
- Empathy* (X2) nilai t_{hitung} = 3.289
- Reliability* (X3) nilai t_{hitung} = 2.087
- Responsiveness* (X4) nilai t_{hitung} = 3.678
- Assurance* (X5) nilai t_{hitung} = 2.619

Sedangkan untuk nilai t_{tabel} sebesar 1.9855 maka dapat disimpulkan bahwa

semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat hal tersebut dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya jika semua variabel bebas mengalami peningkatan, maka variabel terikat akan meningkat juga. Maka dalam hal ini menolak H_0 .

Variabel bebas yang memiliki pengaruh yang paling besar adalah variabel - *Responsiveness*.

Uji_F

Uji_F digunakan untuk melihat pengaruh antara variable bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama, berikut adalah hasil out put SPSS untuk uji_F:

Tabel 9
Hasil Uji_F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	868.705	5	173.741	27.837	.000 ^a
Residual	586.685	94	6.241		
Total	1455.390	99			

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Untuk melihat signifikan tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama ditentukan nilai t_{tabel} , diperoleh dengan $(n-k)/ (k-1)$: sebesar $(100-6=94/baris)$ $(6-1=5/kolom)$ pada alfa 0.05,

maka diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 2.31.

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 27.837, maka dapat disimpulkan bahwa f_{hitung} (27.837) $>$ f_{tabel} (2.31) sehingga secara

bersama-sama variabel bebas yaitu Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru.

koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh/ kontribusi atau sumbangan yang diberikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, atau seberapa baik kemampuan model penjelasan variabel terikatnya, berikut adalah hasil output SPSS :

Analisi Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.597	.575	2.49827

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 10 diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0.575 yang menunjukkan kontribusi yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat atau pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu sebesar 57.5%, sedangkan sisanya 42.5% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kemampuan model tersebut sudah cukup baik

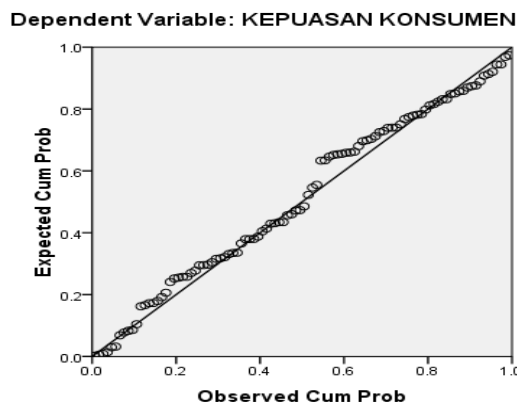
menjelaskan variabel terikat, yaitu sebesar 57.5%.

Uji Asumsi Klasik
Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik Normal P-P Regression Standardized Residuals, berikut output uji normalitas dengan uji P-P Plot:

Gambar 1
Uji Normalitas data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa sebaran data sudah mendekati garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data sudah berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

uji ini digunakan untuk melihat apakah antara variabel bebas saling berpengaruh atau tidak. Berikut adalah hasil output SPSS:

Tabel 16
Uji Multikolinoeritas

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.77	2.036		
	Tangible	0.205	0.089	0.655	1.526
	Empathy	0.365	0.111	0.677	1.478
	Reliability	0.234	0.112	0.65	1.538
	Responsiveness	0.326	0.089	0.774	1.292
	Assurance	0.244	0.093	0.753	1.329

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020

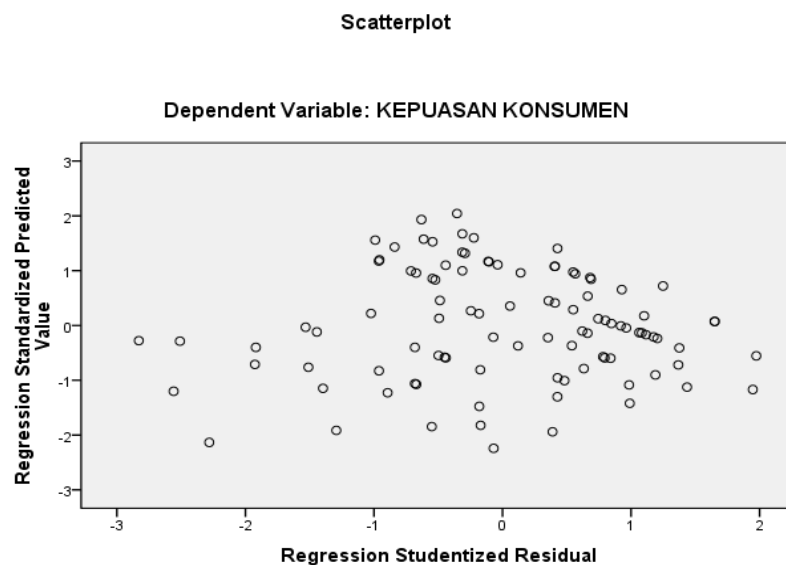
Berdasarkan table 16 diatas dapat dilihat bahwa untuk seluruh variabel bebas memiliki nilai Tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 10, maka hal tersebut dapat disimpulkan seluruh variabel bebas tidak saling mempengaruhi atau dengan kata lain tidak menjadi multikolinoeritas.

Uji Heterokidastitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual

dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Deteksi ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam suatu model regresi bisa dilakukan dengan melihat pola titik-titik pada grafik *scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut : Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Gambar di atas juga

menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas

Keimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru, maka dapat disimpulkan yaitu :

1. Berdasarkan hasil rata-rata item pernyataan diketahui bahwa rata-rata jawaban responden untuk semua variabel bebas dengan jawaban Setuju, yaitu kualitas pelayanan yang diberikan sudah setuju,. Sedangkan untuk variabel terikat, memiliki jawaban rata-rata Setuju/baik, dengan kata lain konsumen yang berkaraoke di Family Box Panam Pekanbaru merasa puas apa yang diterima dari pelayanan Family Box Panam Pekanbaru .
2. Baik secara persial maupun bersama-sama semua variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, variabel bebas yang memiliki pengaruh pengaruh paling tinggi adalah variabel *Responsiveness*.
3. Berdasarkan pembahasan regresi linier berganda dengan persamaan regresinya $Y = 1.770 + 0.205X_1 + 0.365X_2 + 0.234X_3 + 0.326X_4 + 0.244X_5$, dapat disimpulkan bahwa arah hubungan variabel bebas memiliki hubungan yang positif, yaitu jika variabel bebas meningkat maka akan meningkatkan variabel terikat. Sedangkan untuk nilai Adjusted R_Square sebesar 0.575 yang menunjukkan kontribusi yang diberikan

variabel bebas terhadap variabel terikat atau pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu sebesar 57.5%, sedangkan sisianya 42.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kemampuan model tersebut sudah cukup baik menjelaskan variabel terikat, yaitu sebesar 57.5%.

Saran

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh kecil adalah variabel *Empathy* atau rasa peduli, dengan hasil tersebut hendaknya Family Box Panam Pekanbaru lebih memiliki kepedulian yang tinggi terhadap konsumen yang berkunjung, guna meningkatkan kepuasan konsumen untuk berkunjung lagi.
- b. Dikarenakan semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka dalam hal ini pimpinan Family Box Panam Pekanbaru untuk benar-benar memperhatikan masalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen yang berkunjung di Family Box Panam Pekanbaru.
- c. Selain itu Family Box Panam Pekanbaru juga harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan mengenai Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance agar konsumen dapat mencapai kepuasan dalam pelayanan seperti yang diharapkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Buchari Alma, 2011. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*, Bandung : penerbit alfabeta.
- Burhan Nurgiantoro dkk, 2004. *Statistik terapan untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press.
- Davis, Gordon B, 2004, *Kerangka Dasar Informasi Manajemen*, Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- Duwi Priyatno, 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Gaya Media, Yogyakarta.

- Gasper. 2007. *Organization Exelence, Model Strategi Menuju World Class Quality Company*. PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Gozali, Imam. 2006 *Aplikasi Analisis Multi Variate Dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, H. 2004. *Indonesia Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICESA*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisi, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P & Amstrong, 2010. *Pinciples Of Marketing*, Thirteen Edition New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Kotlet, P & Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Cetak pertama Edisi Bahasa Indonesia PT. Indeks, Jakarta.
- _____, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga belas, Jilid 2, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Kuswadi. 2004. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Lovelock, Cristoper, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, 2012, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta : Penerbit Sinambela Empat.
- Lupiyoadi, R. Dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir, A.S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, PT. Buki Aksara.
- Ratminto, Atik Septi Wanarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*, Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudjana, N. 1989. *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung : Sinamaru.
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sinambela, L,P, 2010. *Reformasi Pelayanan Publik; Teori, Kebijakan dan Implementasi*, Cetakan ke Lima Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siswanto sutojo, 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: Darma Mulya Pustaka
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutedja. 2006. *Panduan Layanan Konsumen*. Grasindo. Jakarta.
- Swasta, Basu 2004. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka cipta. Jakarta.
- _____. 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*, BPFE-Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy, 2000, *Strategi Bisnis*, Andi, yogyakarta
- _____, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Andi, Yogyakarta.
- _____. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.
- _____, 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.