

**JURNAL TESIS**

**PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS,*  
*ASSURANCE,* DAN *EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI SPAM BATAM**



**AL AZAHARI**  
**NPM: 212180043**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS RIAU KEPULAUAN  
BATAM  
2023**

**JURNAL TESIS**

**PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE,* DAN *EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SPAM BATAM**



**ALAZAHARI**  
**NPM: 212180043**

Tesis ini disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Magister Manajemen

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS RIAU KEPULAUAN  
BATAM  
2023**

## ABSTRAK

**Al Azahari. 2023. Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* Terhadap Kepuasan Pelanggan Di SPAM Batam. Program Pascasarjana. Program Studi Magister Manajemen. Universitas Riau Kepulauan.**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada 100 pelanggan SPAM Batam dari Populasi sebanyak  $\pm 300.000$  pelanggan SPAM Batam. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heterokedastisitas dan multikolinearitas. Pada uji hipotesis *tangible* dan *responsiveness* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan masing- masing variabel *reliability, assurance, dan empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji simultan dengan uji F, maka *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar hasil uji F yang didapat nilai F hitung  $> F$  tabel ( $37,833 > 2,31$ ) atau signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

**Kata Kunci :** *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* dan Kepuasan Pelanggan.

## **ABSTRACT**

***Al Azahari. 2023. The Effect of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy on Customer Satisfaction at SPAM Batam. Graduate program. Master of Management Study Program. Universitas Riau Kepulauan.***

*This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction either partially or simultaneously. After conducting a literature and field review and formulating hypotheses, the data in this study were collected through distributing questionnaires to 100 customers of Pelabuhan Telaga Punggur Batam Badan Pengusahaan Batam from a population of 2.400 customers SPAM Batam. The sampling technique used was purposive sampling. The data analysis method used is quantitative analysis, namely validity test and reliability test, descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test and F test. Based on data analysis, the results show that the variables in this study are valid. and reliable. In the classical assumption test, the data is normally distributed, there is no heteroscedasticity and multicollinearity. In the hypothesis test, tangible and responsiveness have a negative and insignificant effect on customer satisfaction, and each variable reliability, assurance, and empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the simultaneous test with the F test, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy together have a significant effect on customer satisfaction at SPAM Batam. This is based on the results of the F test that the calculated F value > F table ( $37.833 > 2.31$ ) or significance < 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).*

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

## 1. PENDAHULUAN

Air memiliki peranan penting dalam kehidupan kita, sehingga perlu dijaga agar air senantiasa tersedia dengan kuantitas dan kualitas yang memadai. Hari Air Sedunia tahun ini yang diperingati setiap 22 Maret juga bertujuan menyadarkan masyarakat dunia akan pentingnya sumber air yang tersembunyi didalam tanah. Pentingnya sumber air baku dan pengelolaan sumber air yang berkelanjutan. Air, satu di antara sumber daya alam yang sangat penting bagi seluruh makhluk hidup dan setiap hari semua makhluk hidup membutuhkan air bersih terutama manusia. Air dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk untuk minum, karena 80% tubuh manusia merupakan air. Adanya pemahaman serta perhatian khusus yang kurang dari masyarakat pada pentingnya keberadaan air bersih adalah salah satu alasan dibalik *World Water Day*. Hari Air Sedunia merupakan perayaan tahunan yang dilakukan untuk kembali menarik perhatian publik pada pentingnya air bersih dan sumber air baku dan penyadaran akan pentingnya menjaga dan sumber air baku untuk kelangsungan sumber-sumber air bersih yang berkelanjutan. Terkait sumber air baku di Batam sangat terbatas, mengingat sumber

airnya ditampung dalam waduk-waduk buatan yang mengandalkan

1

curah hujan. Berbanding dengan jumlah penduduk dan pertumbuhannya, persediaan air di Batam menjadi sangat terbatas ketersediaannya. Hal ini membuat SPAM Batam akan terus berupaya untuk maksimalkan ketersediaan dan pendistribusian air bersih ke Pelanggan SPAM Batam. Karena itu dirasa perlu untuk langkah penghematan air.

Sistem Pengelolaan Air Minum (SPAM) adalah pengelolaan air bersih bagi masyarakat dengan mengolah sumber air baku sesuai dengan baku mutu yang telah di tentukan. Air yang telah melalui proses pengolahan akan didistribusikan ke masyarakat agar mendapatkan air bersih. Pengolahan air sangat dibutuhkan ketika air yang menjadi sumber untuk pelayanan air minum tidak memenuhi standar kualitas air baku, sehingga ketika hasil pengolahan air memenuhi standar kualitas air baku dapat didistribusikan. Kegiatan transmisi dalam SPAM adalah mengumpulkan dan menyalurkan air dari sumber ke pengolahan air. Sedangkan untuk sistem distribusi adalah

mendistribusikan air tersebut kepada pelanggan dengan volume dan tekanan yang memenuhi.

Pelayanan publik yang dilakukan oleh aparaturnya pemerintah saat ini dirasakan belum memenuhi harapan masyarakat. Hal ini dapat diketahui dari berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa dan jejaring sosial. Tentunya keluhan tersebut, jika tidak ditangani memberikan dampak buruk terhadap pemerintah. Lebih jauh lagi adalah dapat menimbulkan ketidakpercayaan dari masyarakat. Berdasarkan berbagai latar belakang, pemikiran dan penjabaran serta uraian tersebut maka tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy* dan *Assurance* Terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Besar di SPAM Batam”.

## 2. LANDASAN TEORI

### 1. *Tangible*/Bukti Langsung

Bukti langsung atau *tangible* merupakan pelayanan yang dapat dilihat, dicium, dan diraba, sehingga aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Bukti langsung perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada

pihak luar. Penampilan dan fungsi sarana dan prasarana fisik perusahaan, serta kondisi lingkungan sekitar merupakan bukti nyata atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, meliputi sarana fisik, peralatan, karyawan, dan sarana telekomunikasi. Hal-hal baik yang terlihat mempengaruhi persepsi pelanggan. Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menjaga kepercayaan. Karyawan yang berkeahlian yang memperlakukan pelanggan dengan hormat serta membuat mereka merasa bahwa mereka dapat mempercayai kepastian seperti ditunjukkan perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

## **2. Reliability/Kehandalan**

adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan secara memadai dan membebaskan biaya yang sesuai. Kemampuan menyelenggarakan jasa dengan dapat diandalkan, akurat dan konsisten.

## **3. Responsiveness/Daya Tanggap**

*Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilaksanakan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Ketanggapan dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Termasuk jika ada masalah atau keterlambatan dalam memberikan pelayanan, penyedia jasa berusaha untuk segera memperbaiki atau meminimalkan kerusakan pada konsumen. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat dalam menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Oleh karena itu, komponen atau elemen dari dimensi ini meliputi kesediaan karyawan untuk melayani pelanggan, kecepatan petugas yang melayani pelanggan dan menangani keluhan pelanggan. Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat

(*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap atas pelayanan yang diberikan.

## **4. Assurance / Jaminan**

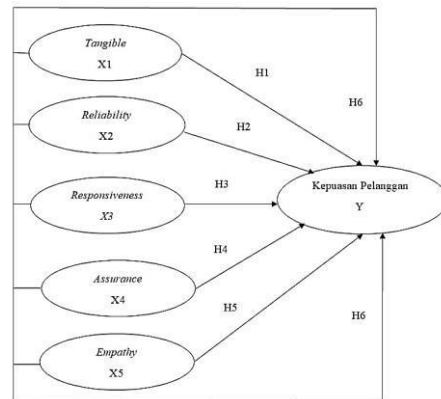
*Assurance* atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan konsumen dalam konsumsi layanan yang diberikan. Dimensi ini penting karena menyiratkan persepsi konsumen tentang risiko tinggi ketidakpastian tentang kemampuan penyedia layanan. Perusahaan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen melalui karyawannya terlibat langsung dalam hubungan konsumen. Oleh karena itu, komponen dari aspek ini meliputi kompetensi karyawan termasuk keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk memberikan layanan, dan reputasi perusahaan termasuk hal-hal yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen terhadap bisnis seperti reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menjaga kepercayaan. Karyawan yang berkeahlian yang memperlakukan konsumen dengan hormat serta membuat mereka merasa bahwa mereka dapat mempercayai kepastian seperti ditunjukkan perusahaan. Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

### 5. *Empathy* / Peduli

Memperhatikan konsumen secara individual. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

## B. Kerangka Berpikir



b. Gambar

### c. 2. Kerangka Berpikir

Menurut (Sugiyono, 2017) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah *tangible* (bukti langsung) (X1), *reliability* (kehandalan) (X2), *responsiveness* (daya Tanggap) (X3) dan *assurance* (Jaminan) (X4), *empathy* (peduli) (X5) sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat.

## B. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan temuan diatas sehingga hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

H1 : Diduga *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam. H2 : Diduga *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam.

H3 : Diduga *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Industri Besar SPAM Batam.

H4 : Diduga *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam.

H5 : Diduga berpengaruh *empathy* terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam.

H6 : Diduga *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama di Industri Besar SPAM Batam.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian menurut Sugiyono (2019) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan v tertentu”. Dengan demikian, dalam melakukan penelitian perlu adanya

suatu metode penelitian yang sesuai untuk memperoleh sebuah data yang akan diteliti dalam sebuah penelitian”.

### 1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang merupakan Industri Besar yang berangkat di Badan Usaha SPAM BP Batam selama kurun waktu tahun 2021 berdasarkan data jumlah pelanggan.

### 2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pada metode ini sampel diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Populasi yang diambil dalam jumlah besar, karena keterbatasan waktu serta biaya penulis tidak mungkin mempelajari semua yang menjadi populasi untuk dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* karena dalam pengambilan sampel jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat

<b>Penilaian</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

digeneralisasikan, dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, tetapi dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan matematika sederhana.

### **3.2 Teknis Analisis Instrumen**

#### **1. Pengumpulan Data**

Menurut Jabbar (2014) dalam proses pengumpulan data dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh penulis harus mempunyai suatu metode atau teknologi untuk memperoleh data atau informasi yang baik, terstruktur, dan akurat dari ini penelitian tersebut, sehingga dapat menjelaskan keakuratan informasi data yang diperoleh.

#### **2. Instrumen Pengumpulan Data**

Menurut Indrawan & Yuniawati (2014) Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Jumlah butir setiap

instrumen sebelum diuji coba ditunjukkan dengan tabel.

#### **Tabel 2. Pengukuran Skala *Likert* B. Teknis Analisis Data**

Analisis data dimaksudkan sebagai upaya setelah proses pengumpulan data selesai kemudian dianalisis dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian, maka teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan analisis menggunakan statistik. Teknis analisis data yang digunakan antara lain:

#### **1. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)**

Menurut Sugiyono (2019) uji coba instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel. Karena dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji coba angket perlu dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas isi dari angket tersebut. Selain itu uji coba juga dimaksudkan untuk mengetahui

apakah terdapat item-item pertanyaan yang mengandung jawaban yang kurang objektif, kurang jelas ataupun membingungkan.

#### **a. Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2019) Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan hasil yang sama ketika dilakukan pengukuran berulang ulang serta dilakukan dalam kondisi yang konstan (sama). Menurut Khairinal (2016)

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih

berulang kali hasilnya tetap sama disebut reliabel.

## **2. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan karakteristik dan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif terhadap variable bebas (independen) dan terikat (dependen), Statistik deskriptif sering digunakan untuk memberikan informasi tentang karakteristik variabel penelitian utama. Statistik deskriptif memberikan informasi rinci atau deskriptif tentang sesuatu data dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), maksimum, minimum dan standar deviasi.

### **1. Uji Asumsi Klasik**

Menurut Purnomo (2016) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastis. Harus terpenuhinya

asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

Menurut Ghozali dan Ratmono (2017) apabila asumsi klasik terpenuhi maka estimasi regresi dengan ordinary least square (OLS) akan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), artinya pengambilan keputusan melalui Uji F dan Uji T tidak boleh bias. Dalam penelitian terdapat beberapa uji asumsi klasik diantara lain yaitu:

#### **a. Uji Normalitas**

Menurut Purnomo Purnomo (2016) Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Menurut Ghozali dan Ratmono (2017) terdapat dua cara dalam memprediksi apakah residual memiliki distribusi

normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali dan Ratmono (2017) heteroskedastisitas berarti terdapat varians yang tidak sama dalam model regresi. Sebaliknya, varians dari variabel-variabel model regresi memiliki nilai yang sama, dikatakan homoskedastitas. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastisitas menggunakan analisis grafik.

## 1. Uji Hipotesis

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas(2016) pengujian hipotesis adalah prosedur yang dilakukan dalam penelitian dengan tujuan untuk dapat mengambil keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis yang diajukan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara mengestimasi parameter populasi berdasarkan data sampel melalui uji statistik inferensial, yaitu menguji kebenaran statistik suatu pernyataan dan penarikan kesimpulan yang menerima atau menolak pernyataan tersebut.

### a. Uji Parsial (t)

Menurut Basuki (2015) Uji  $t$  digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas. Uji  $t$  bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap variabel dependen yaitu (kepuasan pelanggan).

### b. Uji F (Simultan)

Uji  $F$  bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan secara simultan dalam model regresi mampu menjelaskan variabel dependen. Uji- $F$  pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam

model secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependennya menurut Ghozali (2018).

## C. Tempat dan Waktu

### 1. Tempat

#### Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di SPAM Komp. Batam Centre Square Blok D No. 2, Kelurahan Teluk Tering Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Telp. 0778-6000200.

### 2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian sampai dengan selesai dalam kurun waktu kurang lebih 2 (dua) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk tesis dan proses bimbingan berlangsung.

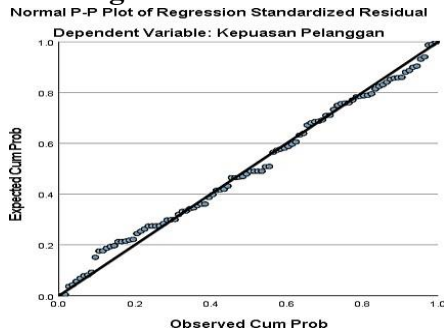
## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji  $t$  dan  $F$  mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Tingkat

signifikansi yang digunakan  $\alpha = 0,05\%$ . Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas  $p \geq 0,05\%$ , maka asumsi normalitas terpenuhi. Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

### i. Histogram

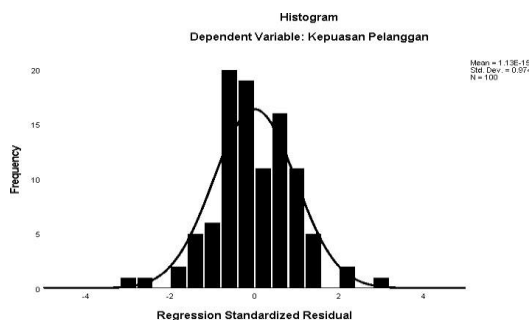


**Gambar 3. Uji Normalitas Histogram**

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 3 diperoleh hasil uji normalitas histogram menghasilkan bentuk kurva menggunung maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal.

### ii. Normal P - Plot



**Gambar 4. Normal P - Plot**

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 4 diperoleh hasil uji normalitas P - Plot menghasilkan garis

diagonal maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal.

### 4.2 Uji Multikolinearitas

Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang lebih dari 0.10 diindikasikan suatu variabel bebas terjadi multikolinearitas.

**Tabel 11. Uji Multikolinearitas**

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)		
	<i>Tangible</i>	.348	2.872
	<i>Reliability</i>	.601	1.665
	<i>Responsiveness</i>	.251	3.977
	<i>Assurance</i>	.332	3.001
	<i>Empathy</i>	.231	4.323

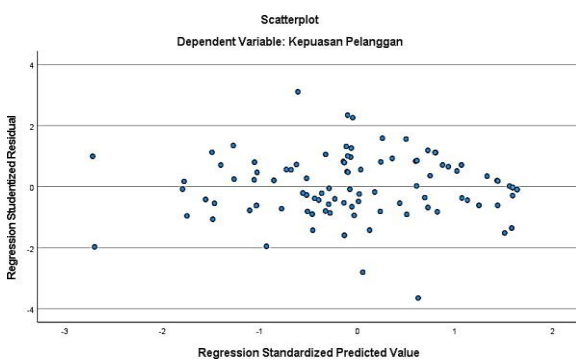
Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa nilai VIF *tangible* (X1) sebesar 2.872, *reliability* (X2) sebesar 1.665, *responsiveness* (X3) sebesar 3.977, *assurance* (X4) sebesar 3.011, dan *empathy* (X5) sebesar 4.323 yang artinya VIF dari tabel tersebut lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance  $> 0.10$

sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas diantara variabel bebas.

#### 4.3 Uji Heteroskedastisitas

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID pada sumbu Y, dan ZPRED pada sumbu X.



**Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas**  
**Scatterplot**

Sumber: data diolah, 2023

Hasil dari uji heteroskedastisitas grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titiktitik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah pada angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

#### 4.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dan secara simultan. Pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen diuji dengan tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$ . Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software* pengolahan data SPSS versi 28.

#### 4.5 Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji t yang diperoleh disajikan pada tabel 13 sebagai berikut:

**Tabel 13. Hasil Uji t (Parsial)**

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4,734	2,894		1,636	,105
Tangible	,085	,129	,066	,653	,515
Reliability	,167	,070	,183	2,384	,019
Responsiveness	,024	,134	,022	,182	,856
Assurance	,521	,133	,405	3,925	,000
Empathy	,237	,116	,253	2,047	,043

**Coefficients<sup>a</sup>**

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data diolah, 2023

#### 4.6 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Hasil uji F yang diperoleh setelah data diolah disajikan dalam tabel berikut ini:

## A. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh antara variabel independen, yaitu *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Empathy* (X5) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada SPAM Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan SPAM Batam.

### 1. Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang didapat  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.653 < 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.515 > 0.05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

*Tangible* (bukti fisik) merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. *Tangible* merupakan fisik dari SPAM Batam, seperti fasilitas perlengkapan, dekorasi yang menarik, petugas yang berpenampilan rapi, bangunan yang megah, bersih dan nyaman, lokasi perusahaan yang mudah ditemukan serta tersedia tempat parkir.

*Tangible* ini bisa mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian responden yang menyatakan kecukupan setujunya artinya kondisi fisik pada

SPAM Batam cukup sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di SPAM Batam, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prakoso dan Nurhadi (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) tidak berpengaruh signifikan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Musa, Haeruddin, dan Haeruddin (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) tidak berpengaruh signifikan.

### 2. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan

#### Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini

berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $2.384 > 1.986$ ) atau signifikansi  $>$   $0.05$  ( $0.019 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nilasari dan Istiatin (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel ( $0.182 < 1.986$ ) atau signifikansi  $>$   $0.05$  ( $0.856 > 0.05$ ), sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Simon, Utami, dan Padmalia (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel

*responsiveness* (daya tanggap) tidak berpengaruh signifikan.

### **4. Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3.925 > 1.986$ ) atau signifikansi  $>$   $0.05$  ( $0.000 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lusiana *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Sugiyanto dan Kurniasari (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 5. Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji Hal ini berdasar pada uji  $t$  yang didapat  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2.047 > 1.986$ ) atau signifikansi  $> 0.05$  ( $0.043 < 0.05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abi (2021) yang menyatakan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Lubis dan Andayani (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 6. Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan

*Tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* secara bersamasama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar hasil uji  $F$  yang didapat nilai  $F$

hitung  $> F$  tabel ( $37,833 > 2,31$ ) atau signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

Berdasar hasil analisis maka penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kaengke, Tumbel, dan Walangitan (2020), Saputra dan Sudarsa (2019), Sattar, Mihani, and Wahyuni (2021) . Hasil penelitian menunjukkan, adanya pengaruh secara bersama-sama *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* secara positif signifikan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada SPAM Batam.

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. *Tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.
2. *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.

3. *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.

4. *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.

5. *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.

*Tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan *tangible* (bukti fisik), SPAM Batam Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) mendapat nilai negatif, sehingga perhatian khusus harus diberikan pada dimensi ini. Pelabuhan perlu meningkatkan fasilitas yang sudah disediakan saat ini, menyediakan ruang tunggu yang lebih nyaman, memperluas tempat parkir yang menciptakan ruang tunggu yang lebih nyaman, memperluas tempat parkir yang nyaman, dan *tangible* akan memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Berkaitan dengan *reliability* (kehandalan),

SPAM Batam perlu meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat ini, dan Menyelesaikan keluhan pelanggan secepat mungkin.

3. Berkaitan dengan *responsiveness* (daya tanggap), SPAM Batam perlu memberikan perhatian khusus kepada dimensi ini, kerana hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) memiliki nilai negatif. SPAM Batam dapat melakukan pendidikan dan pelatihan (diklat), mengadakan *Forum Grup Discussion* (FGD) terhadap petugas mengenai keinginan pelanggan untuk dilayani secara cepat dan tepat. Pada akhirnya diharapkan agar dimensi *responsiveness* akan memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan.

4. Berkaitan dengan *assurance* (jaminan), SPAM Batam harus dipertahankan dan bahkan memungkinkan untuk meningkatkan jumlah jaminan, yang merupakan salah satu

faktor terpenting dari kepuasan pelanggan. Sikap petugas yang ramah membuat pelanggan senang dan nyaman saat memberikan layanan, keamanan yang ditawarkan kepada pelanggan sangat baik.

5. Berkaitan dengan *empathy* (empati), SPAM Batam untuk memberikan semua jenis kenyamanan kepada pelanggan, menyediakan pelayanan pelanggan 24 jam sampai pelanggan puas dan memberikan perhatian yang lebih secara personal. SPAM Batam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, and Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Abi, Yudi Irawan. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Master Piece Karaoke Di Kota Bengkulu." EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis 9 (1): 50–58.
- Ananda, Rusydi, and Fadhli Muhammad. 2018. "Statistik Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan)." In , edited by Syarbaini Saleh. Medan: CV. Widya Puspita.
- Arif Amiruddin Jabbar, Muhammad. 2014. "Analisis Visual Kriya Kayu Lame Di Kampung Saradan Desa Sukamulya Kecamatan Pagaden Kabupaten Subang," 38–40. repository.upi.edu.
- Austin, T. 2021. "Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empathy Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Paten Masa New Normal Di Kecamatan Sako." Jurnal Pemerintahan Dan Politik 6 (1): 22–27.
- Basuki, Agus Tri. 2015. *Analisis Regresi Dengan SPSS*. Yogyakarta.
- Daryanto, and Setyobudi Ismanto. 2014. "Konsumen Dan Pelayanan Prima." In . Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy, Tjiptono, and Gregorius Chandra Gregorius. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen Dan Sikap Pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, and Dwi Ratmono. 2017. *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor, and Ode Tarwan. 2019. "Pengaruh Emphaty, Tangible, Responsiveness, Kedisiplinan Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Pemerintahan Desa." BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam 6 (2): 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i2.4902>.