

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Hewan *Pet Smile*

Irwan Kurniawan¹, Sakti Brata Ismaya²
Universitas Respati Indonesia
Email irwancozy13@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, serta mengetahui pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan. Kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan penilaian konsumen terhadap dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung. Sedangkan variabel kepercayaan diukur menggunakan kompetensi, kebaikan dan integritas dan variabel kepuasan pelanggan diukur menggunakan penilaian konsumen terhadap kesesuaian harapan, minat berkunjung serta rekomendasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta secara simultan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction, knowing the effect of trust in customer satisfaction, and knowing the effect simultaneously between service quality and trust in customer satisfaction. The variables used in this study are service quality and trust. Service quality is measured by using consumer ratings on dimensions of reliability, responsiveness, assurance, empathy and direct evidence. While the trust variable is measured using competency, kindness and integrity and customer satisfaction variables are measured using consumer ratings of suitability of expectations, visiting interests and recommendations. The results of this study indicate that partially the quality of service affects customer satisfaction, and trust has an influence on customer satisfaction, and simultaneously service quality and trust have an effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Trust, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, klinik hewan dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan bermutu kepada pelanggan. Kualitas pelayanan jasa yang baik dan bermutu menjadi hal penting dalam persaingan dengan banyak munculnya bisnis yang serupa. Salah satu cara untuk menuju keberhasilan kegiatan pemasaran adalah dengan memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kualitas

pelayanan agar pelanggan merasa puas. setelah bertransaksi. Jika beberapa aspek diatas dapat dipenuhi maka pelanggan yang merasa puas.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) "Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan".

Konsumen yang memiliki kepercayaan akan bersedia untuk bergantung pada penyedia jasa dan

juga bersedia untuk melakukan tindakan untuk penyedia jasa. Menurut Siagian dan Cahyono (2014) kepercayaan merupakan sebuah keyakinan dari salah satu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditujukan kepada pihak yang lainnya dengan demikian kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya.

Keberhasilan suatu perusahaan bisa dilihat dari kepuasan yang dirasakan pembeli terhadap produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan, dengan melihat kepuasan pelanggan perusahaan bisa mengetahui apakah kinerja dari perusahaan sendiri sudah baik dan sesuai harapan ataukah masih perlu ditingkatkan. Kepuasan pelanggan menurut Tse &

Wilton dalam Tjiptono (2017:287) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

METODE

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif, pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi, koefisien determinasi, uji hipotesis secara parsial dan simultan. Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Skala Likert. Dalam penelitian ini sampling kuota yang diinginkan adalah 100 responden.

HASIL

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Variabel	Kategori	Frequency	Present
1.	Jenis Kelamin	Laki – laki	36	36%
		Perempuan	64	64%
2.	Usia	<20	17	17%
		21-29	33	33%
		30-39	30	30%
		40>	20	20%
3.	Jenis Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	17	17%
		Wiraswasta	34	34%
		Pegawai negeri	19	19%
		Pengusaha	22	22%
		Lainnya	8	8%
4.	Jumlah Berkunjung	2 kali	24	24%
		Lebih dari 2 kali	76	76%
5.	Jenis Hewan	Kucing	48	48%
		Anjing	21	21%
		Kucing & Anjing	25	25%
		Lainnya	6	6%

1.1 Uji Validitas

Menurut Syofian (2013) Validitas atau kesahihan adalah menunjukan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung > r tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan sah atau valid. Ketentuan r hitung pada penelitian ini yaitu, df = n-2

dengan signifikansi 5% (0,05), sehingga (100-2)= 98, didapat nilai r tabel = 0.1966.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,485	0,1966	Valid
2	0,519	0,1966	Valid
3	0,505	0,1966	Valid
4	0,582	0,1966	Valid
5	0,533	0,1966	Valid

6	0,445	0,1966	Valid
7	0,486	0,1966	Valid
8	0,598	0,1966	Valid
9	0,523	0,1966	Valid
10	0,524	0,1966	Valid
11	0,487	0,1966	Valid
12	0,635	0,1966	Valid
13	0,486	0,1966	Valid
14	0,419	0,1966	Valid
15	0,524	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan adalah valid, dengan nilai r hitung > dari r tabel. Maka pertanyaan pada kuesioner mampu dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang diteliti.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Butir	r hitung	r table	Keterangan
1	0,676	0,1966	Valid
2	0,601	0,1966	Valid
3	0,658	0,1966	Valid
4	0,640	0,1966	Valid
5	0,727	0,1966	Valid
6	0,585	0,1966	Valid
7	0,641	0,1966	Valid
8	0,571	0,1966	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Butir	r hitung	r table	Keterangan
1	0,578	0,1966	Valid
2	0,701	0,1966	Valid
3	0,567	0,1966	Valid
4	0,609	0,1966	Valid
5	0,670	0,1966	Valid
6	0,589	0,1966	Valid
7	0,502	0,1966	Valid
8	0,632	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan,kepercayaan dan kepuasan pelanggan adalah valid, dengan nilai r hitung > dari r tabel. Maka pertanyaan pada kuesioner mampu dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang diteliti.

1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil palu alat pengukur tersebut. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa variabel yang digunakan benar-benar bebas dari kesalahan sehingga menghasilkan hasil yang konsisten meskipun diuji berkali-kali. Uji reliabilitas ini menggunakan program SPSS. Dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) > 0,70 (Nunally dalam Ghozali, 2016).

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Sufficient reliability</i>	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,804	0,70	Reliabel
Kepercayaan	0,793	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,751	0,70	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,804, pada variabel kepercayaan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,793 dan variabel kepuasan pelanggan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,751. Nilai hasil uji reliabilitas dari setiap variabel lebih besar dari 0,70, dengan demikian pertanyaan pada kuesioner dinyatakan telah memenuhi syarat reliabilitas dan dapat dilakukan proses analisis data lebih lanjut.

1.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, kepercayaan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Nilai regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error
(Constant)	4.943	3.004
T. KUALITAS PELAYANAN	.328	.058
T. KEPERCAYAAN	.221	.077

Sumber: Diolah dari hasil penelitian data primer 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada Tabel 4.12 Kolom Unstandardized Coefficients bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.943 + 0.328X_1 + 0.221X_2$$

1. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh sebesar 0.328. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.328.
2. Koefisien variabel kepercayaan (X_2) diperoleh sebesar 0.221. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan kepercayaan satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.221.

1.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Prof. H. Imam Ghozali & Dr. Dwi Ratmowo, 2017).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.683 ^a	.467	.456

Sumber: Diolah dari hasil penelitian data primer 2019

Berdasarkan hasil dari *output* model *summary* diatas diketahui nilai koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa $R = 0,683$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang kuat. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,456 berarti sebesar 45,6% variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Angka *Standard Error of the Estimate* sebesar 0,2871 menunjukkan ketepatan model regresi memprediksi variabel bebas. Semakin kecil nilai *Standard Error of the Estimate* akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel bebas dalam penelitian ini.

1.5 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (*t test*)

Uji signifikan parsial (*t-test*) digunakan untuk mengetahui besarnya variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara parsial terhadap

Kepuasan Pelanggan Klinik Hewan PetSmile. Untuk mengetahui apakah suatu variabel secara parsial berpengaruh nyata atau tidak, digunakan uji *t* atau *t-test* pada tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (*df*) adalah ($n-2$). Kemudian dibandingkan dengan *t*-hitung yang diperoleh untuk menguji signifikansi pengaruh.

Adapun kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Menentukan formula Hipotesa
 - H_0 = Tidak ada hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
 - H_1 = Ada hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
 - H_0 = tidak ada hubungan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.
 - H_1 = Ada hubungan antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Menentukan taraf nyata (α) dari nilai *t*
 - Nilai taraf nyata dipilih 5% (0,05) untuk uji dua arah.
 - Nilai *t*-tabel memiliki derajat bebas (df) = $n-2$, $t_{\alpha/n-2}$
- c. Menentukan kriteria pengujian
 - H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila nilai $-t_{\alpha/2} < t_0 < t_{\alpha/2}$
 - H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila nilai $-t_{\alpha/2} > t_0 > t_{\alpha/2}$
- d. Menentukan nilai uji statistik
 Adapun hasil pengujian menggunakan IBM SPSS 22 adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
(Constant)	1.646	.103
T. KUALITAS PELAYANAN	5.625	.000
T. KEPERCAYAAN	2.877	.005

Sumber: Hasil Pengola Data Penelitian 2019

e. Membuat Kesimpulan

Berdasarkan *Output* SPSS diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai *t*-hitung sebesar 5,625. Berdasarkan ketentuan jika *t*-hitung > *t*-tabel (5,625 > 1,984) atau dapat juga dilihat dari nilai signifikansi uji *t* yang menunjukkan $0,000 \leq 0,05$. Maka H_1

diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Hewan PetSmile.

- Variabel kepercayaan diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,887. Berdasarkan ketentuan jika t-hitung > t-tabel (2,887 > 1,984), atau jika dilihat dari nilai signifikansi uji t yang diperoleh sebesar $0,005 \leq 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Klinik Hewan PetSmile.

2. Uji Simultan (*F test*)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk itu ditentukan nilai F maka diperlukan adanya derajat bebas (df 1) pembilang dan derajat bebas (df 2) penyebut, sehingga :

- $df\ 1\ (\text{pembilang}) = k - 1$
- $df\ 2\ (\text{penyebut}) = n - k - 1$

dimana:

- n = jumlah sampel penelitian
- k = jumlah keseluruhan variabel (independen dan dependen)

Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 100 responden dan keseluruhan variabel (k) adalah 3 variabel, sehingga:

- $df\ 1\ (\text{pembilang}) = 3 - 1 = 2$
- $df\ 2\ (\text{penyebut}) = 100 - 3 - 1 = 96$

Nilai F hitung diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS 22 dan kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel pada tingkat $\alpha = 5\%$ (2:96) = 3.09.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan ANOVA^a

Model	F	Sig.
Regression	42.435	.000 ^b
Residual		
Total		

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai $F_{hitung} = 42.435$ dan $F_{tabel} 3.09$. kriteria pengambilan keputusannya yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Dengan demikian variabel kualitas

pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Klinik Hewan PetSmile, sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan diterima dan berpengaruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesisi tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan” pada Klinik Hewan PetSmile maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan dan variabel kepercayaan Klinik Hewan PetSmile berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 dan variabel kepercayaan sebesar 0,005 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X_1) diperoleh sebesar 0.328. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.328 dan koefisien variabel kepercayaan (X_2) diperoleh sebesar 0.221. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan kepercayaan satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.221.
3. Variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan nilai F_{hitung} sebesar $= 42.435 > F_{tabel} = 3.09$, artinya semakin tinggi nilai variabel bebas maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
2. Ghozali, I & Ratmowo, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

3. Siagian, Hotlan & Edwi Cahyono. (2014). Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 8. Nomor 2. Halaman 55-61.
4. Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 1*. Jakarta: Prenadamedia Group.
5. Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan & Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
6. Tjiptono, F. (2017). *Service Management - Mewujudkan Layanan Prima Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.