

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Febri Andrian Putra⁽¹⁾ Subandrio⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾ Universitas Muhammadiyah Bengkulu

febriandrian616@gmail.com

ABSTRACT

Based on data analysis using SPSS 26, the multiple linear regression equation is as follows: $Y = 1.634 + 0.565x_1 + 0.221x_2 + e$ Value. The correlation coefficient above shows if the correlation coefficient interval is at 0.799 - 0.1000 Service Quality (X) and Store Atmosphere (X2) has a strong influence on Customer Satisfaction (Y). Coefficient of Multiple Determination (R Square) $R^2 = 0.591$ or (59%) where the value of the coefficient of multiple determination means that together Service Quality (X1) and Store Atmosphere (X2) contribute to influencing Customer Satisfaction (Y) at Po . Binter 88 Travel Bengkulu City by 59% % while the remaining 41% is influenced by other factors outside the study. Known the value of t test Sig. for the effect of Service Quality (X1) on Customer Satisfaction (Y) is $0.000 > 0.005$ and the t-count value is $9.499 > 1.984$ t table. so it can be concluded that there is a significant influence between the variables of Service Quality (X1) on Customer Satisfaction (Y). Given the value of Sig. for the effect of Store Atmosphere (X2) on Customer Satisfaction (Y) is $0.004 > 0.005$ and the t-count value is $2.963 > 1.984$ t table. so that it can be concluded that there is a significant effect between Product Quality (X2) variables on Purchase Interest (Y). it can be seen that the results of the F test are $f = 68,620$ with a significance of 0.000 while the f table is $f = 3.938$ with a significance of 0.05. From the information above, f arithmetic $>$ f table can be stated H_0 is rejected and H_a is accepted, and it can be concluded that simultaneously there is an effect of Service Quality (X1), and Store Atmosphere (X2) on Customer Satisfaction (Y).

Keywords: Service Quality, Store Atmosphere And Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Bagi perusahaan yang berpusat pada konsumen (*customer oriented*), kepuasan konsumen merupakan sasaran utama dalam menentukan kesuksesan perusahaan. Menurut Philip Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Dalam lingkup perusahaan seperti PO. Binter 88 Travel ini yang bergerak dibidang jasa transportasi darat, kepuasan konsumen menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Dilihat dari perkembangannya pada saat ini sarana transportasi darat mengalami suatu peningkatan yang sangat pesat, baik dari segi kualitas dapat dilihat dari semakin membaiknya pelayanan dan dari segi kepuasan dapat dilihat dari semakin membaiknya suasana toko.

Dalam era persaingan bisnis modern kualitas layanan adalah faktor dominan dalam memenangkan persaingan pasar dan setiap organisasi usaha selalu berinovasi dalam mengembangkan metode pelayanan yang paling sesuai dan diinginkan oleh pelanggannya. Menurut Fandy Tjiptono (2016:59) didefinisikan sebagai berikut: "Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang melebihi harapan".

Identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi atau secara luas dari atmosfirnya. Meskipun atmosfir sebuah toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas pelayanannya, tetapi suasana toko dapat diam-diam menunjukkan kelas sosial dari layanan yang akan diberikan kepada konsumen. Menurut Berman dan Evans (2014), mereka mendefinisikan Suasana toko sebagai berikut *“Atmospheres refers to the store’s physical characteristic that are used to develop and image and draw customer for a non store based firm, atmosphere refers to physical characteristic of catalogs, vending machines, web sites and so forth”*. Pengertian Suasana toko lainnya dikemukakan oleh Berman dan Evan yang dialih bahasakan Lina Salim (2014:528) menyatakan bahwa Suasana toko meliputi berbagai tampilan interior, eksterior, tata letak, lalu lintas internal toko, kenyamanan, udara, layanan, musik, seragam, panjang barang dan sebagainya yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen dan membangkitkan keinginan untuk membeli.

PO. Binter 88 Travel merupakan salah satu perusahaan travel yang tetap exist ditengah krisis ekonomi pada saat ini, adapun armada yang dimiliki cukup banyak, sedangkan ijin trayek juga cukup luas. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan bapak adi, dan ibu retno dan 7 orang lainnya, saat ini sering terjadi suatu masalah yang menyebabkan pelanggan mengeluh mengenai pelayanan yang tidak memuaskan seperti ketidaktepatan waktu pemberangkatan maupun saat tiba ditujuan dan juga keluhan mengenai fasilitas toko yang kurang memadai dikarenakan kurangnya pembaruan toko yang sempit dan juga kurangnya fasilitas-fasilitas penunjang kebutuhan pelanggan saat menunggu dan tiba di toko. Disinilah perlunya manajemen PO. Binter 88 Travel meningkatkan pelayanan guna menyeimbangi dengan biaya yang dikeluarkan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Dimana hal itu yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap perusahaan dan penurunan jumlah konsumen.

Bertitik tolak dari masalah diatas maka peneliti mengambil penelitian dengan judul : *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu”*.

METODE

Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian Dilakukan Di Loket PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu yang beralamatkan di Jl. Kalimantan Kelurahan Rawa Makmur Kota Bengkulu. Waktu penelitian ini dimulai pada oktober 2021.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2013) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2009:121), “ populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan PO.Binter 88 Travel Kota Bengkulu Terhitung Sejak 6 bulan terakhir dari penelitian ini dimulai sebanyak 995.

Tabel 1
Jumlah Data Pelanggan Po. Binter 88 Travel

No.	Bulan	Jumlah
1.	Desember 2021	220 orang
2.	November 2021	190 orang
3.	Oktober 2021	199 orang
4.	September 2021	181 orang
5.	Agustus 2021	103 orang
6.	Juli 2021	102 orang
	JUMLAH	995 orang

Sumber : Po. Binter 88 Travel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti dan mewakili populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2009:122), sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dianggap dapat mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*, Sugiyono (2011:84) menjelaskan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan ketentuan tertentu.

Bedasarkan pendapat diatas, maka penentuan sampel yang diambil memiliki karakteristik sampel sebagai berikut :

1. Responden Konsumen pengguna jasa PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu yang sudah menggunakan jasa sebanyak 2 kali .
2. Responden Konsumen pengguna jasa PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu dengan rentang umur dari 16 tahun sampai 50 tahun.

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, rumus yang dimaksud adalah sebagai berikut :

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

n = ukuran sampel / jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = Persentase ketelitian kesalahan pengambilan sample yang masih bisa ditolerir, e = 0,1

Jumlah sampel yang digunakan dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{995}{1+995(0,1)^2}$$

$$n = \frac{995}{1+9,95}$$

$$n = \frac{995}{10,95}$$

$$n = 90,86$$

$$n = 91$$

Dari keseluruhan populasi yang berjumlah 995 orang. Dan sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 91 orang pelanggan konsumen PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu.

Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian lapangan (*Field research*)

Penelitian lapangan adalah mengumpulkan data dengan melakukan *survey* yang ada hubungan dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data primer yang terdiri dari :

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meninjau atau mengunjungi perusahaan yang bersangkutan secara langsung, untuk mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang terjadi pada perusahaan tersebut.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan melalui tanya jawab dengan Admin Loker PO.Binter 88 Travel Kota Bnegkulu Hal ini dilakukan untuk menggali, mendapatkan, mengumpulkan, dan menemukan informasi yang dibutuhkan atau yang berhubungan dengan penelitian.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada konsumen. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Bentuk kuesioner yang dibuat adalah berstruktur, dimana pertanyaan menyangkut pendapat konsumen mengenai variabel penelitian.

Sedangkan nilai telah ditetapkan oleh peneliti sesuai standar yang berlaku. setiap item pertanyaan tersebut sebagaimana terdaftar dalam kuesioner dinilai atau diberi skor sesuai dengan rincian yang terdapat pada tabel dibawah ini kemudian dijumlahkan sehingga diperoleh skor total.(Umar,2007).

Tabel 2
Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor untuk Item Favorable
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
TS = Tidak Setuju	3
KS = Kurang Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Riduan, 2004 Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian

2. Studi kepustakaan (*Library research*)

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur. Studi kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder seperti literatur-literatur atau buku-buku yang berkaitan.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi dilapangan berdasarkan variabel-variabel penelitian pengamatan dan persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian pengamatan dan persepsi responden terhadap variabel yang digunakan penelitian ini. metode rata-rata (*mean*) digunakan rumus (cooper dan Emory, 2006:118).

$$R_{xy} = \frac{\sum fx}{N}$$

Dimana:

F = Frekuensi jawaban responden

X = Skor jawaban responden

N = Jumlah sampel

Selanjutnya dihitung juga skala interval jawaban responden yang bertujuan untuk memudahkan interpretasi hasil dengan rumus (Cooper dan Emory, 2006:18). **Skala**

$$\text{interval} = \frac{U-L}{K}$$

Dimana:

U = Skala jawaban tertinggi

L = Skor jawaban terendah

K = Jumlah kelas interval

Dari rumus diatas, maka skala interval yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Dik: Skor jawaban tertinggi (U) = 5

Skor jawaban terendah (L) = 1

Jumlah kelas interval (K) = 5

$$\text{Skala interval} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = \mathbf{0.80}$$

Jadi, jarak (skala) setiap kelas interval sebesar 0.80, dari skala interval tersebut, selanjutnya diinterkinerjakan ke dalam rata-rata jawaban responden dengan kriteria.

Tabel 3.
Kriteria Penilaian Tanggapan Responden

Inetrval Penilaian	Kategori Penilaian
4,20 -5,00	Sangat Baik
3,40 - 4,19	Baik
2,60 - 3,39	Netral
1,80 – 2,59	Tidak Baik
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik

Sumber : Sugiono (2010)

Analisis Regresi linear Berganda

Analisis kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi berganda adalah suatu analisis yang digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor, sebagaimana dikutip dari Sugiyono (2009:128) dengan menggunakan rumus :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e}$$

Keterangan:

Y= Kepuasan Konsumen

a = Konstanta atau bila x = 0

b₁, b₂= Koefisien regresi

X₁= Skor variabel Kualitas Pelayanan

X₂= Skor variabel Suasana Toko

e= error

Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R akan berkisaran antara 0-1, semakin mendekati 1 hubungan antara variabel independen secara berasama-sama dengan variabel dependen semakin kuat. Rumus mencari korelasi :

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Berikut adalah tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi:

Tabel 4
Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiono (2010:91)

Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2012:97) pada intinya koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R² adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Pada penelitian ini R² yang digunakan adalah R square yang sudah disesuaikan, yaitu Adjusted R Square (*Adjusted R²*). Karena disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian. Nilai *Adjust R Square* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambah ke dalam model.

Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan untuk menguji kuesioner yang telah di buat, dalam penelitian ini uji instrumen yang digunakan ada dua, yaitu uji validitas instrumen dan uji reliabilitas instrumen. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Adapun uji instrumen yang dimaksud adalah menguji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada sampel uji. Dengan sampel yang ditentukan sebagai responden sebanyak 20 orang responden untuk menguji tingkat validitas dan kreadibilitas kuesioner atau instrumen di Po. Bumen Travel Kota Bengkulu.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2010:121) Uji Validitas adalah ketetapan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan oleh Sugiyono (2010:126) :Bila : $r_{hitung} > r_{table}$ 0,444, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid. $r_{hitung} < r_{table}$ 0,444, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui valid tidaknya pernyataan dilakukan uji validitas dengan rumus *Karl Pearson Correlation product*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x.\sum y}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2] [n\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \dots\dots\dots \text{Sugiyono (2010:126)}$$

Dimana :

- r = Koefisien korelasi *product moment*
- x = Skor masing-masing pernyataan
- y = Total skor item-item pernyataan
- n = Banyak data atau responden

Untuk memudahkan peneliti menguji validitas dengan menggunakan sistem aplikasi *ibm spss version 26 for windows*.

Tabel 5
Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R. Hitung	R. Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	0,448	0,444	Valid
	2	0,550	0,444	Valid
	3	0,035	0,444	Valid
	4	0,885	0,444	Valid
	5	0,935	0,444	Valid
Suasana Toko	1	0,628	0,444	Valid
	2	0,867	0,444	Valid
	3	0,841	0,444	Valid
	4	0,554	0,444	Valid
Kepuasan Pelanggan	1	0,554	0,444	Valid
	2	0,841	0,444	Valid
	3	0,867	0,444	Valid
	4	0,628	0,444	Valid

Sumber : Hasil Penelitian ,2022

Dari tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa semua item pertanyaan R. Hitung > R.Tabel, yang menunjukkan bahwa semua item pertanyaan adalah Valid.

Uji Reabilitas

Hasil penelitian dikatakan reliable, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2010:121). Pengujian reliabilitas instrument dengan rentang skor 1-5 menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_N = \left[\frac{K}{(k-1)} \right] \left[\frac{\sum \beta^2}{a^2} \right] \dots\dots\dots \text{Sugiyono (2010:121)}$$

Keterangan :

- n = Reliabilitas Instrument
- k = Banyak butir pernyataan atau banyak soal
- $\sum \alpha^2$ = Jumlah varian butir
- a^2 = Jumlah varian total

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 maka mengindikasikan reliabilitas item-item dalam pertanyaan yang buruk. Jika koefisien *Cronbach Alpha* dengan range 0,60 dapat diterima. Untuk memudahkan peneliti menguji reliabilitas dengan menggunakan sistem aplikasi *ibm spss version 26 for windows*.

Tabel 6
Tabel Hasil Uji Reliabilitas
Kualitas Pelayanan (X₁)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.810	.818	5

Sumber : Hasil Penelitian ,2022

Tabel 7
Tabel Hasil Uji Reliabilitas
Suasana Toko (X₂)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.681	.696	4

Sumber : Hasil Penelitian ,2022

Tabel .8
Tabel Hasil Uji Reliabilitas
Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.681	.696	4

Sumber : Hasil Penelitian ,2022

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai croncbach alpha kualitas pelayanan $0,810 > 0,06$, suasana toko $0,681 > 0,06$, kepuasan pelanggan $0,681 > 0,06$ menunjukkan angket reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi syarat analisis regresi linier yaitu penaksir tidak bias dan terbaik atau sering disingkat *BLUE (Best Linier Unbias Estimate)*. Ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dari hasil pengujian tidak bias, diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas (untuk regresi linier berganda) dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau paling tidak mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data (titik) menyebar menjauh dari garis diagonal, maka tidak menunjukkan pola distribusi normal yang mengindikasikan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2012:163). Selain dengan melihat kurva normal P-plot, uji normalitas juga dapat dilakukan menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Dalam uji Kolmogorov smirnov hipotesa yang berlaku adalah:

H_0 = Sampel berasal dari data/populasi yang terdistribusi normal

H_a = Sampel berasal dari data/populasi yang tidak terdistribusi normal

Dalam uji ini apabila nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka data tidak terdistribusi dengan normal. Namun, jika nilai $\text{sig.} > 0,05$ maka data terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau independen (Ghozali, 2012:105). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal ialah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1). Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2). Menganalisis matriks korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- 3). Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabelitas variabel independen terpilih yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{Tolerance}$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $\text{Tolerance} \geq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Banyak data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat

grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2012:139).

Uji Hipotesis

Pengujian Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012 : 98). Dalam hal ini uji F digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan Y , apakah Kualitas Pelayanan (X1) dan Suasana Toko (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan. Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Uji F berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan F hitung lebih besar dari F tabel atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05

Pengujian Parsial (Uji t)

Uji menguji hipotesis digunakan uji signifikan pengaruh parsial (uji t). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012 : 98). Uji statistik t digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan Y , apakah variabel X1 dan X2 (kualitas pelayanan dan suasana toko) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara terpisah atau parsial. Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05

HASIL

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1)

Adapun hasil analisis penilaian responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X₁) Indikator Pelayanan PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu sesuai dengan yang diinginkan memiliki rata-rata tertinggi yaitu 5.27, dan Indikator PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu menerima dan memberi pelayanan dengan baik memiliki rata-rata terendah yaitu 4.73. Dengan variabel Kualitas Pelayanan menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.91. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan adalah pada kategori baik.

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Suasana Toko (X₂)

Adapun hasil analisis penilaian responden terhadap variabel Suasana Toko (X₂) Indikator Logo PO.Binter 88 Travel Kota Bengkulu terlihat jelas memiliki rata-rata tertinggi yaitu 4.86, dan Indikator Pencahayaan PO.Binter 88 Travel Kota Bengkulu baik memiliki rata-rata terendah yaitu 4.49. Dengan variabel Suasana Toko menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.67. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan adalah pada kategori baik.

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Adapun hasil analisis penilaian responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Indikator Pelayanan PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu sesuai dengan yang diinginkan memiliki rata-rata tertinggi yaitu 5.27, dan Indikator PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu menerima dan memberi pelayanan dengan baik memiliki rata-rata terendah yaitu 4.73.

Dengan variabel Kepuasan Pelanggan menghasilkan nilai rata-rata sebesar 4.91. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel kepuasan pelanggan adalah pada kategori baik.

Analisis Linear Berganda

Tabel 9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.634	1.299		1.257	.212
	TOTAL.X1	.565	.059	.668	9.499	.000
	TOTAL.X2	.221	.075	.209	2.963	.004

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber : Olah Data SPSS 2022

Bedasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 26, persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,634 + 0,565x_1 + 0,221x_2 + e$$

1. Nilai Konstanta adalah sebesar 1,634, artinya jika tidak terjadi perubahan Variabel Kualitas Layanan (X1) dan Suasana Toko (X2) (nilai X1 dan X2 adalah 0) maka Kepuasan Pelanggan Po. Binter 88 Travel Kota Bengkulu ada sebesar 1,634 satuan.

2. Nilai Koefisien regresi Kualitas Lyanan (X1) adalah 0.565, artinya Jika Variabel Kualitas Layanan (X1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Suasana Toko (X2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka Kepuasan Pelanggan Po. Binter 88 Travel Kota Bengkulu akan Meningkatkan sebesar 0.565. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) berkontribusi Positif bagi Kepuasan Pelanggan Po. Binter 88 Travel Kota Bengkulu.

3. Nilai koefisien regresi Suasana Toko (X2) adalah 0.221, artinya jika variabel Suasana Toko (X2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi Variabel Kualitas Lyanan (X1) dan Konstanta (a) adalah 0 (nol), maka Kepuasan Pelanggan Po. Binter 88 Travel Kota Bengkulu Meningkatkan sebesar 0.221. Hal tersebut menunjukkan bahwa Suasana Toko berkontribusi Positif Bagi Kepuasan Pelanggan Po. Binter 88 Travel Kota Bengkulu.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 10
Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.582	2.514

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X2, TOTAL.X1

Sumber : Olah Data SPSS 2022

Bedasarkan hasil output diatas diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.990 seperti yang telah tertera pada tabel XIV pedoman interpretasi koefisien korelasi diatas menunjukkan jika interval koefisien korelasi berada pada 0,799 - 0,1000 Kuakitas Layanan dan Suasana Toko mempunyai pengaruh yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan.

Analisis Koefisien Determinasi

Bedasarkan tabel 11 diatas, Koefisien Determinasi Berganda (R Square) R²= 0,591 atau (59%) dimana nilai koefisien Determinasi berganda tersebut mempunyai arti bahwa

secara bersama-sama Kualitas Pelayanan (X1) dan Suasana Toko (X2) memberikan sumbangan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) pada Po. Binter 88 Travel Kota Bengkulu sebesar 59% % sedangkan sisanya 41 % dipengaruhi faktor lain diluar penelitian.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Tabel `11
Tabel Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.634	1.299		1.257	.212
	TOTAL.X1	.565	.059	.668	9.499	.000
	TOTAL.X2	.221	.075	.209	2.963	.004

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Sumber : Olah Data SPSS 2022

1. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $0.000 > 0,005$ dan nilai t hitung $9.499 > 1.984$ t tabel. sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh Suasana Toko (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $0.004 > 0,005$ dan nilai t hitung $2.963 > 1.984$ t tabel. sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli (Y).

Uji F (Simultan)

Tabel `12
Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	867.194	2	433.597	68.620	.000 ^b
	Residual	600.286	95	6.319		
	Total	1467.480	97			

a. Dependent Variable: TOTAL.Y
b. Predictors: (Constant), TOTAL.X2, TOTAL.X1

Sumber : Olah data SPSS 2022

Bedasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil uji F adalah $f = 68.620$ dengan signifikan $0,000$ sedangkan f tabel adalah $f = 3,938$ dengan signifikan $0,05$. Dari keterangan diatas, f hitung $>$ f tabel dapat dinyatakan Ho ditolak dan Ha diterima, serta dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh Kualitas Layanan (X1), dan Suasana Toko (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu. Artinya jika mutu pelayanan yang diberikan meningkat atau semakin baik maka kepuasan pelanggan sebagai penumpang akan semakin meningkat pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (PUTRA, 2020) yang menjelaskan bahwa mutu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis didapat bahwa suasana toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PO. Binter 88 Travel Kota Bengkulu. Artinya jika suasana toko diberikan meningkat atau semakin baik maka kepuasan pelanggan sebagai penumpang akan semakin meningkat pula. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Sapitri et al., 2020) yang menjelaskan bahwa suasana toko yang kondusif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Bedasarkan data hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulann :

1. Diketahui nilai Uji t Sig. untuk pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $0.000 > 0,005$ dan nilai t hitung $9.499 > 1.984$ t tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Diketahui nilai signifikan. Pengaruh Suasana Toko (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $0.004 > 0,005$ dan nilai t hitung $2.963 > 1.984$ t tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli (Y).
3. Hasil uji F adalah $f = 68.620$ dengan signifikan $0,000$ sedangkan f tabel adalah $f = 3,938$ dengan signifikan $0,05$. Dari keterangan diatas, f hitung $>$ f tabel dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, serta dapat disimpulkan bahwa secara simultan ada pengaruh Kualitas Layanan (X1), dan suasana Toko (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Adhaputra, H. 2007. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Restoran Ayam Goreng. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Ahmad nizar thaib, Ismail Razab dan Nuridin (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Toys City Mall Sumarecon", Bekasi : jurnal manajemen bisnis vol.8 no.1 th 2020, <http://ijs. Ekonomi-unkris.ac.id/index.php/JMBK/article> : diambil 18 Oktober 2021.
- Alma, Buchari, (2016.), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta, cetakan kedua belas.
- Amir, M. Taufiq, 2005, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.

- Berman, Barry, dan Joel R. Evans, 2014. “*Retail Management*” Dialih bahasakan oleh Lina Salim, 12 th. Edition. Jakarta; Pearson.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Ghozali, imam. (2007) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* Badan penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. P. 34-83.\
- Imanullah, M., Onsardi, O., Toyib, R., Hidayat, M. T., Wahyudi, I., Abimanyu, A., & Susanto, A. (2021). Pengenalan Website Sekolah Dasar Muhammadiyah 1 Unggulan Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 4(1), 483-492.
- Irene B.P. 2014. *Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Dan Produk Makanan Di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri*. Universitas Negri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Khanza, M., Toyib, R. T., & Onsardi, O. (2021). Implmentasi Algoritma Apriori Untuk Meningkatkan Penjualan Handphone di Toko Mardha Cell. *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, 4(2), 221-235.
- Kotler, Philip dan Armstrong, (2014). *Principle of Marketing*, 15 edition. New Jersey: pearson Prentice Hall.
- Lamb dalam Bob Sabran. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktek*. Salemba Empat, Jakarta.
- Maria Kristina dan Drs. Muhammad Edwar (2017). “*Pengaruh Store Amosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelat Perpustakaan Bank Indonesia*”, Surabaya : jurnal pendidikan tata niaga vol.1 no.1 th 2017 <http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article:> diambil dari 18 Oktober 2021.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Nanang Tasunar. 2006. *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 1 Mei 2006, H. 41-62
- Onsardi, O., Ekowati, S., Yulinda, A. T., & Megawati, M. (2022). Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 10-19.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintahiasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Parasuraman, A. 2013. *A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implication For future Research*. *Journal Of Marketing*.
- Rahmawati, R., & Onsardi, O. (2022). Korelasi Mutu Pelayanan Dengan Impulse Buying Konsumen UD. Mantan Karyawan Kota Bengkulu. In *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate* (Vol. 1, No. 1, Pp. 23-29).
- Rambat Lupiyoadi. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.
- Sapitri, L., & Onsardi, O. (2021). The Effect of Brand Image and Product Quality toward Wardah Cosmetics Consumers’ Loyalty as A Study on Students Management Study Program, Faculty of Econom ics and Business, Muhammadiyah University of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Review*, 1(2), 139-146.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Simamora, B. 2004. *Panduan riset perilaku konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, B. 2004. *Panduan riset perilaku konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sugiyono.(2010). *Statistik untuk pendidikan*. Bandung : Alfabeta.
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).