

Abstraksi

Persaingan usaha rental yang semakin ketat membuat saling berlomba untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Namun nampaknya usaha ini tidak dapat berjalan efektif apabila tidak didukung dengan usaha untuk menciptakan loyalitas dari pelanggan. Kepuasan pelanggan khususnya bagi perusahaan jasa sangatlah bergantung pada pelayanan yang diberikan. Mengingat pentingnya kualitas layanan guna menciptakan kepuasan pelanggan tersebut maka peneliti mengambil topik pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada rental "FMP" di Surabaya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan meliputi bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), empati (X_5), sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan pelanggan (Y). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas layanan yaitu bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), empati (X_5) secara parsial maupun bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) serta untuk mengetahui variabel manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uji F dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 37,609 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,271 dari df pembilang 5 dan penyebut 159. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan kelima variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan karena $F_{hitung} > F_{tabel}$. Nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 54,20 % menunjukkan pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan adalah sebesar 54,20 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan uji T diperoleh nilai T_{tabel} sebesar 1,960 dari df pembilang 0,025 dan penyebut 159. Sedangkan nilai T_{hitung} untuk masing variabel adalah sebagai berikut; bukti fisik (X_1) sebesar 3,745, reliabilitas (X_2) sebesar 6,296, daya tanggap (X_3) sebesar 4,402, jaminan (X_4) sebesar 1,726, empati (X_5) sebesar 2,280. sehingga dapat kita ketahui bahwa variabel bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), empati (X_5) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (y) karena $T_{hitung} > T_{tabel}$. Sedangkan untuk variabel jaminan (x_4) secara parsial terbukti tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) karena $T_{hitung} < T_{tabel}$. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan pengaruhnya maka digunakan *standardized coefficients beta* (β) yang mempunyai nilai terbesar. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel dengan nilai *standardized coefficients beta* (β) terbesar adalah variabel reliabilitas (X_2) dengan nilai 0,352. Hal ini berarti variabel reliabilitas (X_2) memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y) bila dibandingkan dengan keempat variabel lainnya.