

Pengaruh Pemenuhan Kebutuhan, Pemenuhan Harapan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Duta Printer Kota Malang

Muhammad Sholehuddin*

Budi Wahono**

Nurhidayah***

muhammadsholehuddin0998@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

Sholehuddin, Thesis Title, "The Influence of Fulfillment of Needs, Fulfillment of Expectations and Quality of Service on Customer Satisfaction at the Duta Printer Shop in Malang City". Strata 1 (S1) Management study program at the Faculty of Economics, Islamic University of Malang. 2017

This study aims to determine the effect of Fulfillment of Needs, Fulfillment of Expectations and Quality of Service on Customer Satisfaction at the Duta Printer shop. The type of research used is a survey, the data collection method uses a questionnaire with a sample of 99 respondents who use products at the Duta Printer shop in Malang.

The results of statistical calculations with multiple linear regression analysis can be shown by the regression equation $Y = 0.879 + 0.163X_1 + 0.094X_2 + 0.115X_3 + e$. From the regression equation, it is known that the fulfillment of needs, fulfillment of expectations and service quality have a positive effect on customer satisfaction. This means that the better the fulfillment of needs, the fulfillment of expectations and the quality of services provided by the company, the greater the satisfaction felt by the customer.

Keywords : Fulfillment of Needs, Fulfillment of Expectations, Quality of Service and Customer Satisfaction.

Pendahuluan

Latar Belakang

Pada era globalisasi ini taraf persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, sebab setiap pengusaha berusaha buat mampu mempertinggi luas pasar serta menjangkau konsumen. Pengusaha harus bisa memilih dan memiliki strategi pemasaran yang tepat agar usaha yang dijalankan bisa bersaing dan bertahan, sehingga tujuan yang direncanakan perusahaan mampu tercapai dengan baik. Oleh sebab itu bagi konsumen atau pelanggan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen tersebut untuk menentukan produk yang sesuai dengan harapannya. jadi konsekuensi dari perubahan tersebut, konsumen dituntut menjadi lebih cermat serta lebih pintar menghadapi dan memilih setiap produk yang diluncurkan.

Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak penghasil yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan serta harapan konsumen, mengakibatkan setiap pengusaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen menjadi tujuan utama. Semakin banyak penghasil yang memberikan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak buat memilih jadi tidaknya pembelian.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2010:198) terdapat 5 dimensi utama pada kualitas layanan menjadi berikut: 1. Reliabilitas ialah berkaitan memakai kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang menggunakan dengan seksama semenjak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasa yang sesuai memakai waktu yang disepakati. 2. Daya Tanggap ialah menggunakan kesediaan dan kemampuan karyawan buat membantu para konsumen dan respon permintaan mereka dan berita kapan jasa akan diberikan dan kemudian menyampaikan jasa secara cepat. 3. Jaminan ialah sikap karyawan yang mampu tumbuh kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan bisa menghasilkan rasa keamanan bagi para konsumennya, jaminan pula berarti bahwa para karyawan selalu memperhatikan sopan serta menguasai pengetahuan dan keterampilan yang diharapkan buat pegangan setiap pertanyaan atau masalah konsumen. 4. Empati ialah perusahaan yang dapat mengerti masalah para konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta menyampaikan perhatian langsung pada para konsumen serta memiliki waktu operasi yang nyaman. 5. Bukti Fisik ialah tentang memakai daya tarik fasilitas fisik, alat-alat/perlengkapan yang lengkap, serta bahan yg digunakan perusahaan higienis dan penampilan karyawan rapi.

Pada saat ini kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang wajib dilakukan perusahaan jadi mampu bersaing dan bertahan serta tetap menerima kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi serta gaya hidup konsumen menuntut sebuah perusahaan bisa menyampaikan pelayanan yang berkualitas. keberhasilan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat dilakukan dengan menggunakan kualitas layanan yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml dalam Tjiptono (2011).

Menurut Kotler (2019) “Kualitas layanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan”. Mengacu pada beberapa pengertian kualitas layanan yang dijelaskan oleh beberapa ahli tersebut, berarti kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Pemenuhan Kebutuhan, Pemenuhan Harapan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Duta Printer Kota Malang”**

Rumusan Masalah

1. Apakah pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Duta Printer Kota Malang?
2. Apakah pemenuhan kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial?
3. Apakah pemenuhan harapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Duta Printer Kota Malang
2. Untuk mengetahui dampak pemenuhan kebutuhan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial
3. Untuk mengetahui pemenuhan harapan terhadap kepuasan secara parsial
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial Toko Duta Printer Kota Malang

Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Untuk menambah wawasan dan pengalamann secara teori dan praktik manajemen bidang pemasaran khususnya tentang pengaruh pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan
2. Bagi Masyarakat
Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan serta menetapkan perusahaan yang baik sebagai tempat buat melakukan jual beli.
3. Bagi Perusahaan
Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menyampaikan masukan yang menjadi pertimbangan pada pemecahan masalah yang baik dengan pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan
4. Bagi Universitas
Diharapkan dari dampak penelitian ini bisa menyampaikan manfa'at dan menambah wawasan serta menjadi bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan duduk perkara yang sama dimasa yang akan datang.

Penelitian Terdahulu

Maskur (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Sasaran Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus pada bengkel mobil Larasati Lumajang)”. Hasil dari penelitian ini yaitu tentang kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Supiandi (2018) yang meneliti “Analisis pengaruh pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *Pacific Satelindo Systems*”. penelitian tersebut memakai studi kasus dan data yang digunakan adalah kuantitatif serta pengujian hipotesis

Ratnasari (2020) yang meneliti “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka di Yogyakarta”. penekanan penelitian ini merupakan untuk mngetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga serta promosi terhadap kepuasan pelanggan

Tinjauan Teori

Pemenuhan Kebutuhan

Menurut Schiffman & Kanuk (2008 : 71) “Menerangkan bahwa motivasi ialah kekuatan penggerak pada diri seseorang yang dipaksakan buat bertindak, khususnya tindakan-tindakan buat memenuhi kebutuhan mereka. Demikian pula selain itu,

seseorang pula memiliki motivasi hedonis merupakan suatu bentuk motivasi manusia buat memenuhi kebutuhan akan kesenangan”

Pemenuhan Harapan

Stotland dan Gottschalk masing- masing berpendapat bahwa harapan merupakan impian pada diri seseorang untuk mencapai tujuan mereka. Stotland menekankan hal yang sangat penting dan kemungkinan untuk mencapai sebuah tujuan pada diri seseorang, sedangkan Gottschalk menggambarkan bahwa tenang yang positif bisa mendorong seseorang untuk terus bekerja meskipun melalui keadaan yang sulit (J. Lopez, 2009 : 487)

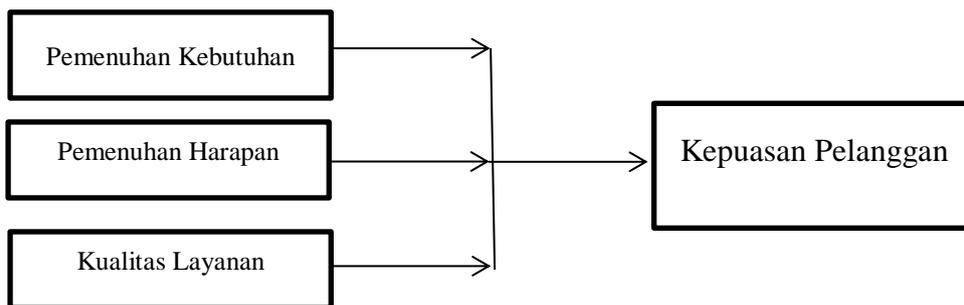
Kualitas Layanan

Menurut Kotler dalam Wisnalmawati (2005:156) “Kualitas layanan merupakan suatu daya tanggap serta empiris berasal dari jasa yang diberikan perusahaan”. kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan serta berakhir pada persepsi pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler (Suyanto, 2013:35), “konsumen mampu mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja karyawan dibawah harapan maka pelanggan akan merasa kecewa akan tetapi jika kinerja karyawan memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja karyawan mampu melebihi harapan konsumen maka konsumen akan sangat merasa puas dan gembira”

Kerangka Konseptual



Kerangka Konseptual dalam penelitian ini diharapkan bisa mendeskripsikan perihal penelitian yang akan dilakukan secara holistik. Yaitu menganalisis serta menjelaskan pengaruh pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis

- H1. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari pengaruh pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Duta Printer kota Malang
- H2. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari pemenuhan kebutuhan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

- H3. Terdapat pengaruh signifikan dan positif dari pemenuhan harapan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial
- H4. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012:61) “Populasi adalah generalisasi atas objek/subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti buat dipelajari serta kemudian diterik kesimpulannya”

Sugiyono (2012:81) menyatakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan dua teknik yaitu: 1) *accidental sampling* dan 2) *snowball sampling*.

Menurut Sugiyono (2012) *accidental sampling* yaitu “teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan berada ditempat penelitian maka dapat dijadikan sebagai sampel penelitian”. Menurut Widayat (2004:98) *snoowbal sampling* adalah “teknik pengambilan sampel dimana pertamata-tama kelompok responden dipilih secara random”. Setelah diidentifikasi, para responden tersebut diminta mengidentifikasi responden-responden lain yang merupakan bagian dari populasi yang dituju.

Definisi dan Oprasional Variabel

1. Pemenuhan kebutuhan adalah kebutuhan seseorang untuk membuat, memakai dan memanfaatkan potensi, talenta serta kapasitas yang dimiliki buat menghasilkan dan mewujudkan dirinya menjadi apa, Adapun indikator-indikator pemenuha kebutuhan ialah:
 - 1) Kebutuhan fisiologis
 - 2) Kebutuhan keamanan dan keselamatan
 - 3) Kebutuhan rasa memiliki sosial dan kasih sayang
 - 4) Kebutuhan aktualisasi diri
2. Pemenuhan Harapan Pemenuhan harapan merupakan penerapan suatu kehidupan seseorang yang memiliki beberapa faktor. Adapun indikator-indikator dari variabel harapan pelanggan ialah:
 - 1) Kebutuhan pribadi
 - 2) Janji pelayanan ekspelisit
 - 3) Janji pelayanan implisit
 - 4) Pengalaman masa lampau
3. Kualitas Layanan ialah suatu daya tanggap serta realitas yang berasal dari jasa yang diberikan oleh perusahaan. Adapun indikator-indikator kualitas layanan yaitu:
 1. Berwujud (*Tangible*)
 2. Keandalan (*Reability*)
 3. Daya Tanggap(*Responsiveness*)
 4. Jaminan (*Assurance*)
 5. Perhatian (*Empathy*)

4. Kepuasan Pelanggan adalah taraf perasaan suka atau kecewa seorang pelanggan sebelum perbandingan kinerja atau akibat yang dirasakan dibanding menggunakan harapannya

Menurut Tjiptono (2014:354) Adapun indikator-indikator dari kepuasan konsumen adalah:

1. Kesesuaian Harapan
2. Pemakaian Ulang
3. Kediaan Merekomendasi

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat analisa, oleh sebab itu pada analisa yang digunakan lebih bertumpu terhadap skor responden ditiap-tiap amatannya. Sedangkan benar tidaknya skor responden tadi tergantung dipengumpulan data. Metode pengumpulan data yang baik wajib memenuhi dua syarat krusial yaitu sah dan mampu menerima kejujuran.

Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan menggunakan program SPSS versi 16.0 yang menggunakan korelasi produk momen membuat nilai dari masing-masing item pertanyaan dengan skor item pertanyaan secara total

Item	KMO	Nilai kritis	Keterangan
Pemenuhan Kebutuhan	0.570	0,50	Valid
Pemenuhan Harapan	0.546	0,50	Valid
Kualitas Layanan	0.754	0,50	Valid
Kepuasan Pelanggan	0.588	0,50	Valid

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa variabel Pemenuhan Kebutuhan (X1) memiliki nilai *KMO* sebesar 0,570, Pemenuhan Harapan (X2) memiliki nilai sebesar 0,546, Kualitas Layanan (X3) memiliki nilai sebesar 0,754, dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 0,588. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pemenuhan Kebutuhan, Pemenuhan Harapan dan Kualitas Layanan adalah valid untuk diterima sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Teknik pengujian reliabilitas merupakan nilai koefisien reliabilitas alpha

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	rTabel	Keterangan
1	Pemenuhan Kebutuhan	0.694	0,60	Reliabel
2	Pemenuhan Harapan	0.740	0,60	Reliabel
3	Kualitas Layanan	0.735	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0.809	0,60	Reliabel

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari setiap variabel memiliki nilai *Cronboach Alpha* < 0,60, hal ini terlihat dari variabel Pemenuhan Kebutuhan (X1) memiliki nilai 0,694, Pemenuhan Harapan (X2) memiliki nilai 0,740, Kualitas Layanan (X3) memiliki nilai 0,735, dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai 0,809. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel Pemenuhan Kebutuhan, Pemenuhan Harapan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan adalah reliabel karena nilai Alpha < 0,6.

Uji Normalitas

Metode yang digunakan memakai Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11622554
Most Differences	Extreme Absolute	.092
	Positive	.044
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.912
Asymp. Sig. (2-tailed)		.376

a. Test distribution is Normal.

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan dari tabel 4.13 diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari perhitungan nilai sig. sebesar 0.376 (bisa dilihat pada Tabel 4.13) ataa lebih besar dari 0,05 ; maka dari ketentuan hasil analisis dengan menggunakan one-sample kolmogorov-smirnov test H0 diterima yaitu bahwa perkiraan normalitas terpenuhi.

Uji Asumsi-Asumsi Klasik

Asumsi-asumsi klasik merupakan pengujian yang harus dilakukan pengujiannya buat memenuhi penggunaan regresi linier berganda. sebelum diadakan perhitungan regresi linier berganda melalui alat bantu program spss untuk windows.

Multikolineritas

Apabila nilai Tolerance <0,1 maka terjadi multikolineritas.

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Pemenuhan Kebutuhan	0.700	1.429	Tidak ada multikolineritas
Pemenuhan Harapan	0.653	1.530	Tidak ada multikolineritas
Kualitas Layanan	0.686	1.459	Tidak ada multikolineritas

Sumber: SPSS 16.0

Dari hasil perhitungan yang diperoleh, nilai *Tolerance* dan *VIF* pada tabel, uji multikolineritas membagikan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,1 (10%), merupakan tidak ada hubungan antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 95%. akibat perhitungan juga menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki *VIF* kurang dari 10 (<10). jadi bisa disimpulkam kuncinya tidak ada gejala multikolineritas pada model regresi yang digunakan

Heteroskedastisitas

Apabila nilai sig. 0,05 maka akan terjadi homoskedastisitas dan jika nilai sig. <0,05 maka akan terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil uji Glejser dapat dilihat pada tabel berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.140	.861		1.325	.188
x1	.019	.038	.062	.512	.610
x2	-.074	.058	-.161	-1.283	.203
x3	.004	.015	.032	.258	.797

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, menunjukan bahwa variabel pemenuhan kebutuhan (0.610), pemenuhan harapan (0.203), dan kualitas layanan (0.797) semuanya mempunyai nilai signifikansi diatas 0.05. Berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dalam ketiga variabel tersebut.

Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien Regresi	t Hitung	Sign.
Pemenuhan Kebutuhan (X1)	0.163	2.646	0.010
Pemenuhan Harapan (X2)	0.094	0.991	0.324
Kualitas Layanan (X3)	0.115	4.589	0.000
R	0.649		
F Hitung	22.984		0.000
A	0.879		

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, bisa dirumuskan regresi menjadi berikut:

$$Y = a + b_1x + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 0.879 + 0.163X_1 + 0.094X_2 + 0.115X_3 + e$$

Adapun interpretasinya adalah:

- a = 0.879 adalah bilangan konstanta yang berarti apabila variabel bebas yaitu pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan, kualitas layanan sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan bernilai positif.
- b1 = Variabel pemenuhan kebutuhan berpengaruh positif dengan nilai 0.163 terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan, dapat diartikan bahwa bila variabel pemenuhan kebutuhan semakin tinggi maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
- b2 = Variabel pemenuhan harapan berpengaruh positif dengan nilai 0.094 terhadap kepuasan pelanggan, dapat diartikan jika pemenuhan harapan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.
- b3 = Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dengan nilai 0.115 terhadap kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Uji Simultan (Uji F)

Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesa atas dasar signifikansi pada taraf nyata 5%.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.623	3	29.541	22.984	.000 ^a
	Residual	122.104	95	1.285		
	Total	210.727	98			

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan pada tabel 4.17 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan, dan kualitas layanan memiliki F hitung 22.984 > F tabel 2,70 dengan tingkat 0.000 < a = 0.05 sehingga H0 ditolak sedangkan H1 diterima. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Pemenuhan Kebutuhan, Pemenuhan Harapan dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan di toko duta printer kota Malang.

Uji Parsial (Uji t)

Adapun nilai pengujian Jika nilai Sig. $t \leq \alpha$ maka ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika Sig. $t > \alpha$ maka terdapat pengaruh yang tidak signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.879	1.406		.625	.533
	x1	.163	.062	.247	2.646	.010
	x2	.094	.095	.096	.991	.324
	x3	.115	.025	.433	4.589	.000

a. Dependent Variable: y1

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel pemenuhan kebutuhan

Dapat dilihat bahwa besaran probabilitas Pemenuhan Kebutuhan dengan Kepuasan Pelanggan menunjukkan (Sig.) $0.010 < 0,05$, maka pengaruh pemenuhan kebutuhan terhadap kepuasan pelanggan signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh pemenuhan kebutuhan.

2. Variabel pemenuhan harapan

Dapat dilihat bahwa besaran probabilitas Pemenuhan Harapan dengan Kepuasan Pelanggan menunjukkan (Sig.) $0.324 > 0,05$, maka pengaruh pemenuhan harapan terhadap kepuasan pelanggan tidak signifikan. Hal ini berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat dipengaruhi secara signifikan oleh pemenuhan harapan

3. Variabel kualitas layanan

Dapat dilihat bahwa besaran probabilitas Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan menunjukkan (Sig.) $0.000 < 0,05$, maka pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan.

Koefisien Determinasi R²

Adapun nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.402	1.13371

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Sumber: SPSS 16.0

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, dapat diketahui hasil uji koefisien determinasi *adjusted* R² sebesar 0,402, hasil tersebut menunjukkan variabel independen yaitu pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan, dan kualitas layanan mampu menjelaskan

variabilitas variabel kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 40%, sedangkan 60% lainnya terpengaruh variabel lainnya yang tidak tersedia pada penelitian ini

Implikasi Pembahasan

Pengaruh Pemenuhan Kebutuhan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial

Dari hasil penelitian dapat digambarkan bahwa kriteria atau keadaan dari obyek yang diteliti berdasarkan pada variabel pemenuhan kebutuhan pada kriteria yang baik. Yang akan terjadi merupakan homogen-homogen yang berasal dari kriteria yang di berikan oleh responden. Syarat baik ini masih mampu dimaksimalkan dengan sangat baik, sehingga memiliki dampak yang baik terhadap perusahaan.

Pengaruh Pemenuhan Harapan Terhadap Pelanggan secara Parsial

Dari hasil penelitian yang sesuai dengan variabel pemenuhan harapan, penelitian ini sudah bisa di anggap baik. Akan tetapi kriteria ini masih sangat memerlukan perbaikan agar hasilnya bisa maksimal. Perbaikan secara signifikan dari variabel yang berbahaya akan sangat berpengaruh pada variabel yang lain.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan termasuk dalam kriteria baik karena dari sekian banyak variabel yang diteliti hanya ada tiga variabel yang mempunyai tanggapan tidak setuju. Namun demikian, pada variabel ini responden masih menyampaikanopsi netral yang mencapai nilai tertinggi.

Simpulan Dan Saran

Kesimpulan

Untuk mengetahui variabel mana saja yang memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan maka dilakukan penelitian ini, dan juga dalam penelitian ini variabel bebas yang dipengaruhi ialah variabel pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan, dan kualitas layanan sedangkan variabel-variabel terikat yang dipergunakan ialah kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pada perhitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui:

1. Bahwa pada variabel pemenuhan kebutuhan, pemenuhan harapan dan kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko printer kota malang
2. Bahwa pada variabel pemenuhan kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko printer kota malang
3. Bahwa pada variabel pemenuhan harapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko printer kota malang
4. Bahwa pada variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko printer kota malang

Saran

Berdasarkan simpulan diatas, bisa tarik beberapa saran yang dibutuhkan agar bisa berguna bagi perusahaan dan bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian. Adapun beberapa saran, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan bisa mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari Pemenuhan Kebutuhan, Pemenuhan Harapan, dan Kualitas layanan, karena variabel tersebut mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan jadi diharapkan hasil dari penelitian ini bisa dipergunakan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya buat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel yang yang dibutuhkan dalam penelitian agar sesuai dengan bahasan penelitian.

Daftar Pustaka

- J. Lopez, S. 2009. *The Encyclopedia of Positive Psychology*. Blackwell Publishing: UK
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Maskur: 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Layan, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang*
- Ratnasari: 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka Di Yogyakarta*
- Supiandi, Gojali, 2018, *Analisis Pengaruh Pemenuhan Kebutuhan, Pemenuhan Harapan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasific Satelitindo Systems*
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. Jurna Ekonomi & Bisnis No. 3. Jilid 10, Tahun 2005
- Suyanto, Dr. Bagong. (2013). *Sosiologi Ekonomi, Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Surabaya : Prenada Media Groupa Cipta
- Sugiyono, P. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran. Edisi Ketujuh*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*, Edisi Pertama: Cetakan Pertama. UMM Press, Malang

Muhammad Sholehuddin* Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Nurhidayah*** Adalah Dosen Tetap FEB Unisma