

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin

Rini Eryanti ^{1*}, Dwi Artiningsih ², Teguh Wicaksono ³

**¹Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari, 2003010766**

**²Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari, 1119056501**

**³Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)
Muhammad Arsyad Al Banjari, 1116028801**

Email : rinieryanti258@gmail.com

Universitas Islam Kalimantan Arsyad Al-Banjari Banjarmasin Kalimantan Selatan

Email : rinieryanti258@gmail.com

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menguji : Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin. Rancangan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan penelitian survey. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin dan sampel sebesar 60 responden dengan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yaitu Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Langsung. Kelima variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yakni Kepuasan Pelanggan Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin, dengan F hitung 26,330 dan kelima variabel tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70,9%. Sedangkan sisanya sebesar 29,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Ada 2 (dua) variabel bebas yakni Keandalan dan Bukti Langsung berpengaruh secara Parsial / individual terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Miltie Garden 2 Adhyaksa t hitung > t tabel dan probabilitas < 0,05 dan ada 3 (tiga) variabel yakni Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), dan Empati (X4), tidak berpengaruh secara parsial / individual terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin, t hitung < t tabel dan probabilitas > 0,05. Dan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah proses yang mempunyai nilai Standardized Coefficients Beta paling besar / tinggi, yaitu sebesar 0,810.

Kata Kunci : Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Langsung, Kepuasan Pelanggan.

Abstract: This research aims to test: Reliability, Responsiveness, Guarantee, Empathy, Direct Evidence have a significant effect on customer satisfaction at Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin. This research design is quantitative research and survey research. The research population was all customers of Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin and a sample of 60 respondents using Multiple Linear Regression Analysis. The research results show that the independent variables are Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Direct Evidence. These five variables simultaneously influence the dependent variable, namely Customer

Satisfaction of Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin, with an F count of 26.330 and these five variables influence customer satisfaction by 70.9%. Meanwhile, the remaining 29.1% was influenced by other variables not included in this research. There are 2 (two) independent variables, namely Reliability and Direct Evidence, which have a partial / individual effect on the variable Miltie Garden 2 Adhyaksa Customer Satisfaction t count $>$ t table and probability $<$ 0.05 and there are 3 (three) variables namely Responsiveness (X2), Assurance (X3) and Empathy (X4) have no partial/individual effect on the Miltie Garden 2 Adhyaksa Banjarmasin Customer Satisfaction variable, t count $<$ t table and probability $>$ 0.05. And the variable that has the most dominant influence on customer satisfaction is the process that has the largest/highest Standardized Coefficients Beta value, namely 0.810.

Keyword : Reliability, Responsiveness, Guarantee, Empathy, Direct Evidence, Customer Satisfaction.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Hasanah. T. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Customer Service Guna Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Kuripan Banjarmasin.
- Agus Gede Wiranata, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bandara Ngurah Rai.
- Assauri, & Sofjan. (2013). Manajemen Pemasaran. *Jakarta : Rajawali Pers*
- Dwi Prasetyo. T. 2009 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Taman Rekreasi Pantai Kartini Rembang.
- Edy Kurniawan. T. 2011 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen (Study Kasus Pada UD KARUNIA MANDIRI JAYA Alumunium dan Besi Wonogiri).
- Fandy, & Tjiptono. 2013. Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima. *Yogyakarta: CV Andi Offset.*
- Kotler, & Philip, Keller, 2012, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, *PT. Indeks, Jakarta.*
- Kotler, & Philip, Gary Armstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. *Jakarta : Erlangga*
- Kotler, & Philip. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, & Philip, Gary Armstrong. 2014. Principle of Marketing, 15th edition. *New Jersey: Pearson Prentice Hall.*
- Kurtz, & Louis E, Boone David L. 2012. Pengantar Bisnis Kontemporer (buku 1). *Salemba Empat: Jakarta.*
- Longginus Passe. T. 2016 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi pada PT. Bangk Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Parasuraman, & A, Valerie, A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 2012 SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing Vol. 64 No. 1, pp 12-37.*
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, & Danang. (2014). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. *Yogyakarta : CAPS.*
- Suparyanto & Rosad. (2015). Manajemen Pemasaran. *Bogor : IN MEDIA.*
- Tjiptono. (2012). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml. (2012). *Service Marketing.* Singapore: Mcgraw-Hill Companies, Inc.

