

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *CUSTOMER EXPECTATION* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. WIN SURABAYA

Oleh :

Rachmat Andika Nursalim
Indriana Kristiawati

STIA STIAMAK Barunawati Surabaya
Jl. Perak Barat No. 173, Surabaya, Indonesia 60165

rachmat.andikaa@gmail.com
indriana.k@stiamak.ac.id

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan bisnis saat ini sedang kompetitif, banyak sekali perusahaan-perusahaan yang saat ini sedang mengembangkan perusahaannya, dari segi kualitas, pelayanan dan fasilitas yang membuat para customer pun puas dengan apa yang ditawarkan perusahaan. Namun terlepas dari itu semua, keberhasilan suatu perusahaan harus dilandasi dengan adanya strategi pemasaran dan manajemen yang baik sehingga mereka bisa mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan expectation customer (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di PT WIN Surabaya. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah customer PT WIN Surabaya sedangkan sampel berjumlah 32 responden dengan menggunakan teknik sampel jenuh. Data yang digunakan yaitu diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum data dianalisis, dilakukan pengujian kualitas data dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil olah data menunjukkan item kuisisioner bersifat valid dan semua variabel bersifat reliabel.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), dan expectation customer (X2) berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), lalu secara simultan kualitas pelayanan (X1) dan expectation customer (X2) berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Customer Expectation*, dan Kepuasan Pelanggan

I. Pendahuluan

Seiring dengan berkembangnya zaman, persaingan bisnis saat ini sedang kompetitif, banyak sekali perusahaan-perusahaan yang saat ini sedang mengembangkan perusahaannya, dari segi kualitas, pelayanan dan fasilitas yang membuat para customer pun puas dengan apa yang ditawarkan perusahaan. Namun terlepas dari itu semua, keberhasilan suatu perusahaan harus dilandasi dengan adanya strategi pemasaran dan manajemen yang baik sehingga mereka bisa mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin.

Kualitas pelayanan juga mempengaruhi bagaimana kepuasan customer, hal ini juga berdampak erat dengan kelangsungan bertahannya atau bertumbuhnya suatu perusahaan. Jaminan bahwa layanan yang mereka peroleh adalah benar atau dapat diterima dan dilakukan oleh personel yang berkualifikasi atau ahli di bidangnya akan sangat memuaskan pelanggan. Ketika membandingkan efektivitas (atau hasil) dari barang atau jasa yang diinginkan, seseorang mungkin mengungkapkan tingkat kepuasan mereka sebagai kebahagiaan, kepuasan, atau kekecewaan. (Muhammad, Seger, Dedi dan Junaid, 2019).

Keberhasilan dalam suatu perusahaan tentu tidak lepas dengan yang namanya kinerja manajemennya. Kinerja tersebut ialah hasil dari serangkaian beberapa proses dan pengorbanan dalam berbagai sumber daya (Nafisa & Sukresna, 2018).

Salah satu parameter kinerja tersebut adalah meningkatnya jumlah customer yang berkaitan dengan kenaikan keuntungan.

Dengan adanya kualitas dan expectation (harapan/keinginan) yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan suatu kepuasan tersendiri bagi para konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya atau dilayani, konsumen akan membandingkan serta memberikan suatu review dalam pelayanan atau jasa yang diberikan oleh perusahaan, dan apabila konsumen merasakan puas dengan suatu pelayanan, mereka akan kembali dan dengan menggunakan jasa kita layani itu serta dapat memberikan rekomendasi yang baik atau feedback kepada orang lain untuk menggunakan jasa yang ada di kita dan di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan bagaimana pentingnya kualitas suatu pelayanan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan yang baik, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan expectation dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan juga aspek terpenting yang dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Perusahaan juga memerlukan suatu strategi yang bagus untuk memperoleh kepuasan dari konsumennya. Salah satu cara yang tepat untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen adalah dengan memberikan sebuah kualitas pelayanan yang baik serta dapat memenuhi harapan customer sehingga customer merasakan puas karena jasa dari perusahaan. Kualitas dan harapan customer menjadi hal yang berguna bagi perusahaan karena itu dapat mempengaruhi meningkatnya atau menurunnya customer sehingga dapat berpengaruh ke keuntungan perusahaan.

PT WIN (Wahana Intradermaga Niaga) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pergudangan curah kering, perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang mendapatkan pengiriman dari luar negeri. Mendengar adanya perusahaan competitor yang baru, perusahaan sigap dalam menentukan manajemennya untuk mengatur strategi agar tidak terjadi kalah saing, sehingga perusahaan tidak mengalami kerugian akibat hilang customer. Berdasarkan hal tersebut penulis ingin menganalisis permasalahan yang terjadi pada PT. WIN (Wahana Intradermaga Niaga), Dengan permasalahan tersebut, peneliti mengangkat tema dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Expectation Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT WIN Surabaya”. Agar perusahaan bisa meningkatkan kualitasnya.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan dan dirumuskan rumusan permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
2. Apakah expectation customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

3. Apakah kualitas pelayanan dan expectation customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang ada pada penelitian tersebut, bahwa tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji, menganalisis dan membuktikan:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui apakah expectation customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan expectation customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian yang diteliti ini untuk pihak-pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi STIAMAK Barunawati Surabaya
Yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan berfikir bagi mahasiswa, dosen atau yang lainnya, supaya dapat memberikan inovasi terbaru oleh pembaca yang ada di perpustakaan.
2. Bagi Perusahaan
Dengan hasil penelitian tersebut diharapkan agar perusahaan dapat menciptakan kualitas kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap pada perusahaan PT. WIN (Wahana Intrademaga Niaga). Serta bagi karyawan PT. WIN (Wahana Intrademaga Niaga) supaya lebih semangat untuk melakukan pelayanan yang baik bagi semua customer.
3. Bagi Peneliti
Dengan adanya penelitian ini penulis mengharapkan supaya menambah pengetahuan mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Expectation Customer Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT WIN Surabaya".

II. Landasan Teori

2.1 Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan merupakan upaya untuk menyeimbangkan harapan pelanggan sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau klien. Menurut konsep kualitas layanan Tjiptono(2014), ada dua aspek utama yang mempengaruhi kualitas layanan: layanan yang diantisipasi pelanggan (layanan yang diharapkan) dan layanan yang benar-benar diterima atau dirasakan pelanggan (layanan yang dirasakan), atau hasil yang dirasakan. Adapun 4 (empat) indikator untuk mengukur suatu kualitas pelayanan :

1. Reliability (Keandalan). Yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara andal serta akurat..
2. Responsiveness (Daya tanggap). Secara khusus, keinginan untuk membantu pelanggan dengan menawarkan layanan yang cepat dan efektif.
3. Empathy (Empati). Ini termasuk mempertahankan untuk memberikan sejumlah perhatian individual atau pribadi kepada pelanggan.
4. Tangible (Bukti Fisik). Yaitu terdiri dari fasilitas fisik, mesin, atau persediaan, biaya, serta konten pakaian dan tulisan.

2.2 Customer Expectation

Harapan Pelanggan (Customer Expectations) adalah suatu yang diinginkan atau diantisipasi oleh pengguna jasa, terutama saat mereka membeli atau menggunakan jasa. Kata tersebut digunakan di sini untuk merujuk pada berbagai konsep, termasuk mungkin sistem pembayaran, serta gagasan yang jauh lebih luas seperti suasana dan layanan. Harapan konsumen fleksibel dan dapat berubah sebagai akibat dari kemajuan ekonomi, sosial budaya, dan teknis. Harapan konsumen sekarang mungkin berbeda dari masa lalu atau masa depan. Menurut (Makhrus, 2010) Ekspektasi pelanggan adalah pelanggan

yang secara spesifik dicari atau diantisipasi oleh klien saat "menemukan" saat menjalankan bisnis. Istilah "ada" yang digunakan di sini menunjukkan lebih dari sekadar objek material yaitu itu juga menunjukkan konsep yang lebih halus seperti atmosfer, layanan, dan bahkan metode pembayaran yang berpotensi. Hak pelanggan memiliki prinsip yang tidak terbatas atau fleksibel yang memungkinkan mereka mengambil bagian dalam peningkatan ekonomi, sosial, dan teknologi. Harapan pelanggan hari ini mungkin tidak sama dengan harapan mereka besok atau di masa lalu. Indikator Yang Mempengaruhi Harapan. Adapun Indikator sebagai berikut:

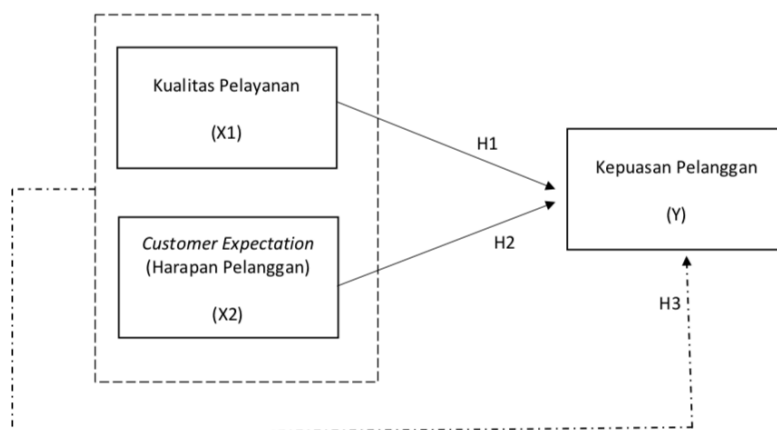
1. Communications by the service provider
Para penyedia jasa akan terjadi persaingan antar penyedia jasa untuk memasarkan penawarannya kepada pelanggan. Memberi janji iklan dan media lainnya adalah salah satunya. Nantinya, janji-janji tersebut akan menyebabkan konsumen mengembangkan ekspektasi..
2. Price paid
Semakin besar harapan konsumen pembayaran untuk menerima layanan yang lebih baik meningkat karena pengeluaran uang mereka meningkat relatif terhadap pengeluaran uang mereka dalam jumlah sedang.
3. Past experience
Jika seorang pelanggan pernah menerima pelayanan yang memuaskan dari suatu bisnis, mereka akan mengantisipasi pengalaman serupa jika mereka menggunakan layanan yang sama di masa depan.
4. Similiar experience
Jika pelanggan puas dengan layanan yang mereka terima, mereka akan merekomendasikan layanan tersebut kepada teman dan keluarga mereka dengan harapan orang lain akan memiliki pengalaman serupa.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut definisi kepuasan yaitu, bahwa agar dalam suatu bisnis dapat mempertahankan konsumennya dan mengembangkan loyalitas mereka terhadap produk dan layanan yang ditawarkannya, kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah persyaratan yang paling penting. Berdasarkan hal tersebut dapat dibuat definisi kepuasan pelanggan sebagai berikut: Tjiptono (2002). Menurut Tjiptono (2014:101) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kesesuaian Harapan. adalah sejauh mana penyampaian jasa memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.
2. Minat Berkunjung Kembali. adalah kemungkinan bahwa pelanggan akan kembali atau menggunakan layanan terkait.
3. Kesiediaan Merekomendasi. Yaitu kesiediaan klien untuk menceritakan kepada teman atau keluarganya tentang pelayanan yang diterimanya.

2.4 Kerangka Berpikir



Gambar 2.4 Kerangka Berpikir

Sumber : Data dikelola pribadi 2022

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. WIN Surabaya
H2 : Expection customer (harpan pelanggan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. WIN Surabaya
H3 : Kualitas pelayanan dan expection customer berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. WIN Surabaya

III. Metode Penelitian

Dengan menelaah data berupa variable angka (skor, nilai), atau pernyataan- pernyataan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik, yang biasanya dimulai dari suatu teori dan kemudian diselidiki, menghasilkan data, kemudian dibahas, dan ditarik kesimpulan, penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah. Hermawan menegaskan (2019:16).

3.1 Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dapat dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data sesuai dengan protokol penelitian. Dalam penelitian ini, metode observasi dan angket digunakan untuk mengumpulkan data.

1. Observasi

Menurut Sugiyono, “pengamatan adalah suatu metode pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan yang digunakan apabila penelitian dikaitkan dengan perilaku manusia, seperti proses kerja, fenomena alam, dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar” (2017: 145). Pengamatan langsung digunakan dalam penyelidikan ini untuk mengumpulkan informasi terkait data yang diperlukan.

2. Kuisisioner

Menurut Sugiyono, kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (2017: 142). Untuk mengekspos data dari variabel X dan Y, atau Kualitas Layanan dan Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan, penulis menggunakan teknik ini.

3.2 Definisi Operasional Variable

Peneliti memilih apa saja dalam bentuk apapun untuk diteliti dalam variabel penelitian ini untuk mendapatkan data yang dapat dipercaya dari mana kesimpulan atau kesimpulan dapat diturunkan. berdasarkan Sugiyono (2017:38) Ada dua kategori variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variable Bebas (Independen)

Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel bebas sebagai faktor yang mempengaruhi, menyumbang, atau mengakibatkan perubahan atau perkembangan variabel terikat. Ekspektasi pelanggan dan kualitas layanan merupakan variabel independen penelitian, dilambangkan dengan simbol (X): Kualitas layanan dan ekspektasi pelanggan adalah tingkat keunggulan (sangat baik) yang diharapkan dan kendali atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, menurut Wyock dalam Lovelock sebagai dijelaskan oleh Tjiptono (2014:268).

2. Variable Terikat (Dependen)

Sugiyono (2017:39) mendefinisikan variabel terikat sebagai variabel yang dipengaruhi atau timbul dari variabel bebas. Variabel terikat penelitian, kepuasan pelanggan, dilambangkan dengan simbol (Y). Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Tjiptono (2014:354), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang dimiliki seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) dengan harapannya. Tjiptono (2014),

3.3 Metode Analisis Data

3.3.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuisisioner, menurut Ghazali (2016). Jika pertanyaan kuisisioner dapat memberikan informasi yang dapat

digunakan untuk mengukur hasil yang diinginkan, maka kuesioner tersebut dianggap valid. Dengan menggunakan program SPSS 20.0, peneliti dalam penelitian ini menggunakan Pearson Correlation untuk melakukan uji validitas. Dengan membandingkan hasil pertanyaan dengan hasil gabungan variabel bebas dan variabel terikat, maka dilakukan pengukuran. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan tingkatan signifikansi 5% dengan kriteria pengujian bila nilai t hitung $>$ t tabel maka disimpulkan butir pertanyaan valid, sebaliknya jika nilai t hitung $<$ t tabel maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Menurut Ghazali (2016), kuesioner yang berfungsi sebagai indikasi suatu variabel atau konstruk diukur dengan menggunakan uji reliabilitas. Jika tanggapan responden terhadap suatu pertanyaan konstan atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dikatakan dapat diandalkan. Uji statistik Cronbach's Alpha digunakan untuk membandingkan temuan pengukuran dengan temuan dari kueri lain. Suatu variabel dikatakan dapat diandalkan, menurut Nunnally, 1994, dalam Ghazali (2016), jika nilai Cronbach's Alpha-nya lebih dari 0,70.

3.3.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Temuan uji statistik akan kurang menguntungkan jika variabel tidak terdistribusi secara teratur. One Sample Kolmogorov Smirnov dapat digunakan untuk menguji normalitas data, dengan catatan data dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Data tidak terdistribusi normal, namun jika hasil One Sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan di bawah 0,05. Sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali (2016)

2. Uji Multikolinearitas

Menentukan apakah model regresi menunjukkan adanya keterkaitan antar variabel bebas dengan menggunakan uji multikolinearitas (independen). Multikolinearitas model regresi dapat dievaluasi dengan menggunakan nilai tolerance dan value variance inflation factor (VIF). Toleransi digunakan untuk mengetahui variabilitas variabel independen yang tidak dapat dibandingkan dengan variabel independen lainnya. Nilai toleransi yang rendah sebanding dengan nilai VIF yang tinggi dan menunjukkan kolinearitas yang signifikan karena $VIF = 1/\text{toleransi}$. Nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai toleransi minimal 0,10 merupakan nilai standar. dari Ghazali (2016)

3. Uji Heteroditas

Dalam pengujian ini melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Heteroskedastisitas adalah istilah yang digunakan ketika varians divergen. Dalam model regresi linier berganda, grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel dependen, SRESID dengan kesalahan residual ZPRED, dapat digunakan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak ada jika tidak ada pola yang jelas dan data tidak menyebar di atas dan di bawah nol pada sumbu y. Model yang baik adalah model yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghazali, 2016).

3.3.3 Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

“Uji T merupakan uji koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1) atau (X_2) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y),” menurut Sujarweni (2015). Nilai signifikansi 0,05 digunakan untuk melakukan uji F dengan membandingkan nilai F estimasi dengan F tabel sebagai berikut:
a. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $<$ nilai signifikan ($Sig < 0,05$), maka model penelitian dapat digunakan.

b. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $>$ nilai signifikan ($Sig > 0,05$), maka model penelitian tidak dapat digunakan.

2. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan uji koefisien regresi parsial tunggal yang digunakan untuk memastikan apakah variabel independen (X_1) secara terpisah mempengaruhi variabel dependen (Y), menurut Sujarweni (2015). $0,05$ ($\alpha = 5\%$) digunakan sebagai tingkat signifikansi untuk pengujian. Faktor-faktor berikut digunakan untuk memutuskan apakah hipotesis harus diterima atau ditolak:

- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

IV. Hasil Dan Pembahasan

Untuk mengumpulkan data primer pada penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada 80 responden. Hal ini diperlukan untuk menguji data yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik. Data yang dapat dipercaya harus disediakan oleh penelitian ini. Tes pertama adalah angket yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yang juga memuat uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas merupakan uji kedua. Pengujian terakhir adalah pengujian hipotesis, yang menggunakan uji t untuk penentuan parsial dan uji F untuk penentuan bersama-sama (simultan). Berikut adalah hasil tesnya :

4.1 Uji Intrumen

4.1.1 Uji Validitas

Dari data semua tabel dibawah ini, dapat dilihat nilai r hitung masing-masing item sudah diperoleh dari hasil olah data pada tabulasi jawaban responden. Dengan dibuktikan oleh hasil uji validitas menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel berdasarkan uji signifikan $0,05$. Sehingga disimpulkan hasil item-item tersebut dinyatakan valid karena nilai r hitung $> 0,349$.

Tabel 4.1 Validitas X1

Variable	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,86	0,349	Valid
	2	0,846	0,349	Valid
	3	0,767	0,349	Valid
	4	0,811	0,349	Valid

Sumber : data diolah spss 2022

Tabel 4.1 Validitas X2

Variable	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
Expectation Customer (X2)	1	0,826	0,349	Valid
	2	0,732	0,349	Valid
	3	0,75	0,349	Valid
	4	0,834	0,349	Valid
	5	0,487	0,349	Valid

Sumber : data diolah spss 2022

Table 4.1 Validitas Y

Variable	Pernyataan	rHitung	rTabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,752	0,349	Valid
	2	0,822	0,349	Valid
	3	0,849	0,349	Valid
	4	0,867	0,349	Valid
	5	0,845	0,349	Valid

Sumber : data diolah spss 2022

4.1.2 Uji Reabilitas

Dari tabel di bawah ini dapat dijelaskan bahwa hasil uji reliable menggunakan SPSS mendapatkan nilai cronbach's alpha > 0,60 sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel lokasi, harga, prospek, dan promosi dinyatakan reliable.

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,836	0,6	Realibel
<i>Expectation Customer</i> (X2)	0,745	0,6	Realibel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,885	0,6	Realibel

Sumber : data diolah spss 2022

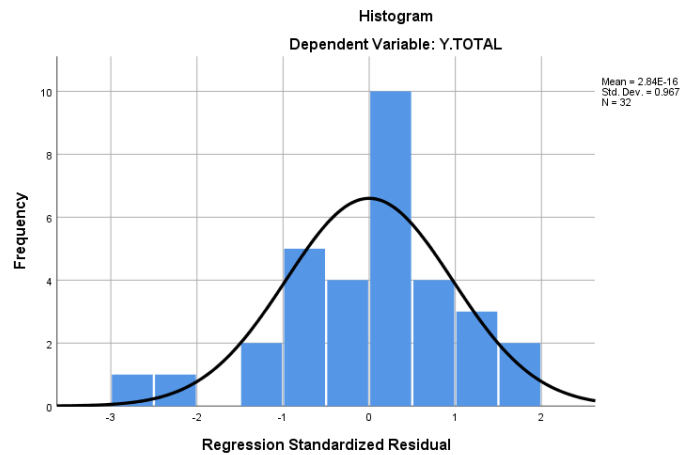
4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan sebagai alat uji untuk mengukur apakah ada model regresi atau residual yang memiliki ditribusi normal atau tidak, seperti yang diketahui bahwa uji F dan T mengikuti residual yang normal. Uji normalitas menggunakan spss versi 25 dengan meneliti dan membandingkan menggunakan tabel histogram dan tabel analisa juga dengan tabel p plot untuk meliahat dan membandingkan diantara dua data yang mendekati normal. Berikut akan dijelaskan grafik grafik tersebut.

1. Grafik Histogram

Dalam gambar dibawah tersebut dijelaskan bahwa histogram tersebut berbentuk seperti bukit,dan dapat dilihat bahwa grafiknya tidak berbelok ke kiri maupun kanan sehingga dapat dikatakan bahwa grafik tersebut normal.

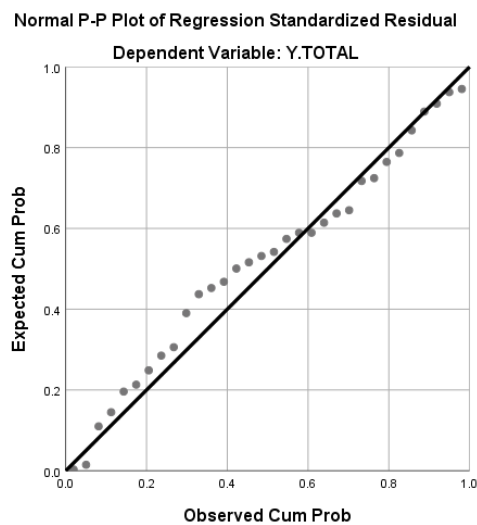


Gambar 4.2 Grafik Histogram

Sumber : data diolah spss 2022

2. Gambar P-plot

Dalam gambar P-plot syarat agar penilaian dalam gambar grafik p plot dikatakan normal apabila jikalau data tidak menyebar jauh dari garis diagonal dan mendekati garis maka data tersebut akan dikatakan normal sebaliknya jika data tersebut menjauhi garis diagonal atau acak maka data regresi tersebut dikatakan tidak normal. Dalam gambar 4.2 gambar p-plot tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa data tersebut tidak acak atau tidak menjauhi garis diagonal sehingga dapat dipastikan data tersebut normal.



Gambar 4.2 Gambar P-plot

Sumber : data diolah spss 2022

3. Smolov-Simornof

Dalam pengujian smolov smirrnof syarat ketentuan agar data dapat dikatakan normal, apabila data residual dapat berada pada nilai $>0,05$ maka dikatakan normal sebaliknya apabila data residual $<0,05$ maka data tersebut dianggap tidak normal. Dalam gambar 4.2 dapat dinilai dan disimpulkan bahwa test smolov-smirrnof menunjukkan signifikasi 0,200 atau dapat dikatakan $>0,05$ sehingga data tersebut dikatakan normal dan dapat dibuat sebagai alat uji yang sah.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.49303854
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.069
	Negative	-.123
Test Statistic		.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 4.2 Smolov-Simornof

Sumber : data diolah spss 2022

4.2.2 Uji Multikolineritas

Dalam tabel 4.2 dibawah ini dapat ditarik kesimpulan bahwa X1 (Kualitas Pelayanan), dan X2 (Expevtation Customer) mendapat nilai tollerance 0,471 atau lebih dari 0,10 dan juga VIF 2,124 atau kurang dari 10,00, begitu juga dengan X2 yang mendapat nilai tollerance dan VIF yang sama. maka dapat dinilai dengan pasti bahwasanya X1 dan X2 yang diletili oleh peneliti tidak terjadi multikolineritas terhadap variabel dependen.

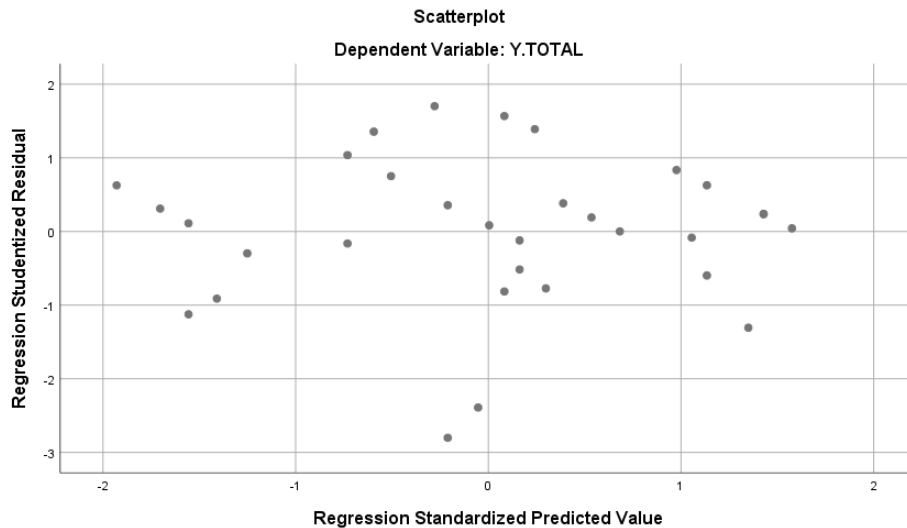
Tabel 4.2 Uji Multikolineritas

Model	<i>collinearity statistic</i>	
	<i>Tollerance</i>	VIF
X1	0,471	2,124
X2	0,471	2,124

Sumber : data diolah spss 2022

4.2.3 Uji Heteroditas

Uji heteroditas yang diuji kali ini oleh peneliti menggunakan scatter plot yakni dengan menggunakan standarized predictor dengan standarized residual. Jika tidak ada pola yang berada diatas dan dibawah angka nol dan juga acak maka tidak terjadi heteroditas, Seperti pada gambar 4.5 tidak terjadi heteroditas karena pola pola tersebut acak sehingga tidak terjadi heteroditas. berikut gambar scatterplot yang diolah oleh spss versi 25.



Gambar 4.2 Uji Heteroditas

Sumber : data diolah spss 2022

Seperti pada gambar 4.2 grafik scatter plot menunjukkan bahwa tidak adanya heteroditas dikarenakan pola pola data yang acak.sehingga karena tidak adanya heteroditas maka regresi yang baik sudah terpenuhi .

4.3 Uji Hipotesis

4.3.1 Uji T (Parsial)

**Tabel 4.3 SPSS Uji T (Parsial)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1.715	3.119		-.550	.587		
	X1 TOTAL	.734	.249	.485	2.945	.006	.471	2.124
	X2.TOTAL	.477	.214	.367	2.226	.034	.471	2.124

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Sumber : data diolah spss 2022

Dalam hal ini peneliti akan mencoba menguji tentang bagaimana koleasi atau hubungan antar variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan Y (Kepuasan Pelanggan) dan juga variabel X2 (Expectation Customer) dan Y (Kepuasan Pelanggan) juga melihat dengan membandingkan Thitung dan Ttabel.untuk melihat perbandingannya sebelumnya harus diketahui dasar perhitungannya yaitu :

1. Harus mengetahui jikalau hasil perhitungan signifikannya yaitu variabel independen harus berada <0,05 atau Thitung > Ttabel
2. Rumus untuk mencari nilai Ttabel adalah:

$$T_{tabel} = a/2; n-k-1$$

Keterangan:

a = 0,05 (5%) (SIGNIFIKANSI 5%)

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

$$\text{Maka} = 0,05/2 ; 32-2-1$$

$$= 0,025 ; 29$$

$$= 0,683044$$

Diketahui

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

H0: Tidak adanya pengaruh parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan (Y) di PT WIN Surabaya

H1: Adanya pengaruh parsial antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan (Y) di PT WIN Surabaya

Dari gambar 4.6 yang telah diuji oleh peneliti diperoleh hasil bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) berada pada sig 0,006 atau dibawah 0,05 dan tabel hitung dari T tabel adalah 0,683044 dan Thitung peneliti adalah 2,945 maka dapat dipastikan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga H0 tidak diterima dan H1 diterima.

2. Variabel Expectation Customer (X2)

H0 : Tidak adanya pengaruh parsial antara Expectation Customer (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT WIN Surabaya

H2 ; Adanya adanya pengaruh parsial antara Expectation Customer (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT WIN Surabaya

4.3.2 Uji F (Silmutan)

Tabel 4.3 SPSS Uji F (Silmutan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326.796	2	163.398	24.594	.000 ^b
	Residual	192.672	29	6.644		
	Total	519.469	31			

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

b. Predictors: (Constant), X2.TOTAL, TOTAL

Sumber : data diolah SPSS 2022

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antara motivasi (X1) dan lingkungan (X2) terhadap kinerja (Y) secara bersama sama.cara menentukan uji F yaitu jika nilai sig<0,05 atau Fhitung>Ftabel maka akan bisa disebut berpengaruh secara simultan.

Rumusan hipotesis untuk Uji F sebagai berikut:

1. Uji F Kualitas Pelayanan (X1), Expectation Customer (X2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

2. Cara mencari FTabel yaitu :

$$F_{tabel} = k ; n-k$$

Keterangan :

k : jumlah variabel bebaas

n : jumlah responden

Maka 2 ; 32-2

2 ; 30

3,32 (FTABEL)

Berdasarkan gambar 4.6 diperoleh hasil bahwasanya nilai sig dari uji F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 dan F tabel dari uji f sebesar 3,32 atau lebih kecil dari nilai Fhitung yakni sebesar 24,594 sehingga uji F yang dilakukan berhasil dan itu artinya X1 dan X2 berpengaruh simultan terhadap Y, maka hipotesa yang benar H0 ditolak dan H3 diterima.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan Hasil observasi dan analisis data yang telah peneliti lakukan didapat kan hasil dari pengaruh Kualitas Pelayanan dan Expectation Customer terhadap Kepuasan Pelanggan PT WIN Surabaya yakni sebagai berikut :

1. Dalam hipotesa H1 yakni adanya pengaruh parsial Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan dibuktikan benar adanya karena adanya bukti dari hasil uji parsial yang dilakukan dan mendapat hasil bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) berada pada sig 0,006 atau dibawah 0,05 dan tabel hitung dari Ttabel adalah 0,683044 dan Thitung peneliti adalah 2,945 maka dapat dipastikan bahwa Kualitas Pelayan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga H0 tidak diterima dan H1 diterima.
2. Dalam Hipotesis H2 yakni adanya pengaruh parsial antara Expectation Customer terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dibuktikan dengan benar hal ini dikarenakan adanya hasil yang signifikan bahwa variabel Expectation Customer (X2) berada pada tingkat sig 0,034 atau diatas 0,05 dan Thitung sebesar 2,226 atau diatas Ttabel sebesar sehingga Variabel Expectation Customer (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga H0 ditolak dan H2 diterima.
3. Dalam hipotesis H3 adanya pengaruh simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Expectation Customer (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) karena berdasarkan hasil yang diperoleh bahwasanya nilai sig dari uji F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 dan F tabel dari uji f sebesar 3,24 atau lebih kecil dari nilai Fhitung yakni sebesar 24,594 sehingga uji F yang dilakukan berhasil dan itu artinya X1 dan X2 berpengaruh simultan terhadap Y, maka hipotesa yang benar H0 ditolak dan H3 diterima.

V. Pembahasan

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan *customer expectation* dan untuk mengetahui faktor mana yang memiliki pengaruh dominan diantara variabel bebas tersebut terhadap kepuasan pelanggan di PT. WIN Surabaya.

5.1 Kesimpulan

1. Menurut hasil analisis dan observatif yang dilakukan menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh erat terhadap kepuasan pelanggan (Y), hal ini dibuktikan dengan adanya hasil berada pada sig 0,006 atau dibawah 0,05 dan tabel hitung dari Ttabel adalah 0,683044 dan Thitung peneliti adalah 2,945 maka dapat dipastikan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
2. Dalam hasil analisis penelitian yakni adanya pengaruh parsial antara Expectation Customer (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dibuktikan dengan benar hal ini dikarenakan adanya hasil yang signifikan bahwa variabel Expectation Customer (X2) berada pada tingkat sig 0,034 atau diatas 0,05 dan Thitung sebesar 2,226 atau diatas Ttabel sebesar 0,683044 sehingga Variabel Expectation Customer (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sehingga H0 ditolak dan H2 diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Expectation Customer (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) hal ini dibuktikan lewat pengujian dengan memakai Uji F yaitu menggabungkan dua variabel independen terhadap variabel dependen dengan hasil nilai sig dari uji F sebesar 0,000 atau kurang dari 0,05 dan F tabel dari uji f sebesar 3,32 atau lebih kecil dari nilai Fhitung yakni sebesar 24,594 sehingga uji F yang dilakukan berhasil dan itu artinya X1 dan X2 berpengaruh simultan terhadap Y.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan
Bagi PT WIN Surabaya diharapkan mampu terus mempertahankan Kualitas Pelayanan sebagai daya penunjang terhadap Kepuasan Pelanggan sehingga dapat membuat pelanggan

semakin percaya dan nyaman menggunakan jasa perusahaan sehingga membuat perusahaan semakin sukses dan berkembang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bahwasanya semoga laporan skripsi ini mampu dijadikan patokan pembelajaran untuk peneliti dimasa depan agar membuat penelitian semakin bagus dan mudah dipahami serta dimengerti dengan mudah.
- b. Dan juga semoga mampu menggali penelitian di PT WIN dengan menggunakan variabel lain yang relate dengan perusahaan sehingga membuat perusahaan bisa terus berkembang dan sukses.

Daftar Refrensi

- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method). Hidayatul Quran.*
- Utami, S. (2019). *Pengaruh Motivasi Dan Pelatihan Program Kelompok Usaha Bersama Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah Dalam Menangani Tingkat Kemiskinan Di Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo* (Doctoral Dissertation, Universitas Panca Marga Probolinggo).
- Pandu, M. (2018). Pengaruh Ekspektasi Konsumen, Nilai Konsumen Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 6(1), 61-64.
- Juliana, J., Tanujaya, T., & Nathaniel, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JUDICIOUS*, 2(1), 1-10.
- Elmas, M. S. H., Priantono, S., Hermawan, D. J., & Junaidi, J. (2019). Pengaruh Harapan Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 51-60.
- Hermawan, A. D. H. A. D., & Pratiwi, A. P. A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah PT Bank Bukopin Cabang Jember. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 5(4).
- Nafisa, J., & Sukresna, I. M. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan, harapan kinerja dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 78-104.
- Mamesah, P. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Lucky Inn Manado. *Productivity*, 1(1), 46-52.
- Nurdin, I. (2019). Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku aparatur dan komunikasi birokrasi dalam pelayanan publik).
- Mardikaningsih, R. (2021). PENCAPAIAN KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN BARANG MELALUI HARGA, EKUITAS MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64-73.
- Kristantyo, A. W. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *Bulletin of Management and Business*, 2(1), 1-11.

- Semuel, H. (2006). Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Studi Kasus pada Hypermarket Carrefour di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2).
- Rachmat, Y. W. A., & Nellyaningsih, N. (2019). Pengaruh Crm (Customer Relationship Management) Terhadap Kepuasan Pelanggan Usestv Di Pt. Telkom Lembong, Bandung Jawa Barat Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Arfani, M., & Sudarmadji, S. (2019). PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA FITNES ATLAS SPORT CLUB SURABAYA (STUDI KASUS PADA ANGGOTA MEMBER DI ATLAS SPORT CLUB SURABAYA).
- Wijianto, F., Wahono, B., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk Kerajinan Kayu (Studi pada Kerajinan Kayu Tohu Srijaya di Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(24).
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175.
- Ningsih, S. N. W. (2021). Pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa titip platform Instagram di Jakarta (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Almsalam, S. (2014). The effects of customer expectation and perceived service quality on customer satisfaction. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(8), 79-84