BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian merupakan gambaran umum mengenai hasil pengolahan data dari dua variabel dalam penelitian ini yang diperoleh melalui proses pengisian kuesioner oleh 44 responden. Pengolahan skor dalam hasil penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan terapan.

Deskripsi data dikelompokkan menjadi dua bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Kedua bagian tersebut adalah data kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat dan data perbaikan pelayanan sebagai variabel bebas. Secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Data Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki 32 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Terbagi kedalam lima indikator yaitu wujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati. Dimana setiap indikator mempunyai sub indikator seperti terlihat sbb; Wujud mempunyai sub indikator fasilitas, penampilan, media promosi, keandalan mempunyai sub indikator ketepatan layanan, daya tanggap mempunyai sub indikator ketanggapan dalam melayani pelanggan, jaminan mempunyai sub indikator pengetahuan, kemampuan berkomunikasi, keramahan, dan empati mempunyai sub indikator perhatian, memahami pelanggan, kemudahan untuk pelanggan

Data yang diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert sebanyak 32 pernyataan oleh 44 responden dan berdasarkan perhitungan data diperoleh skor terendah 94 dan skor tertinggi 130, jumlah skor adalah 4900, sehingga skor rata-rata ($\overline{Y}$) sebesar 111,36; varians (S^2) sebesar 68,981 dan simpangan baku (S) sebesar 8,305. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 27).

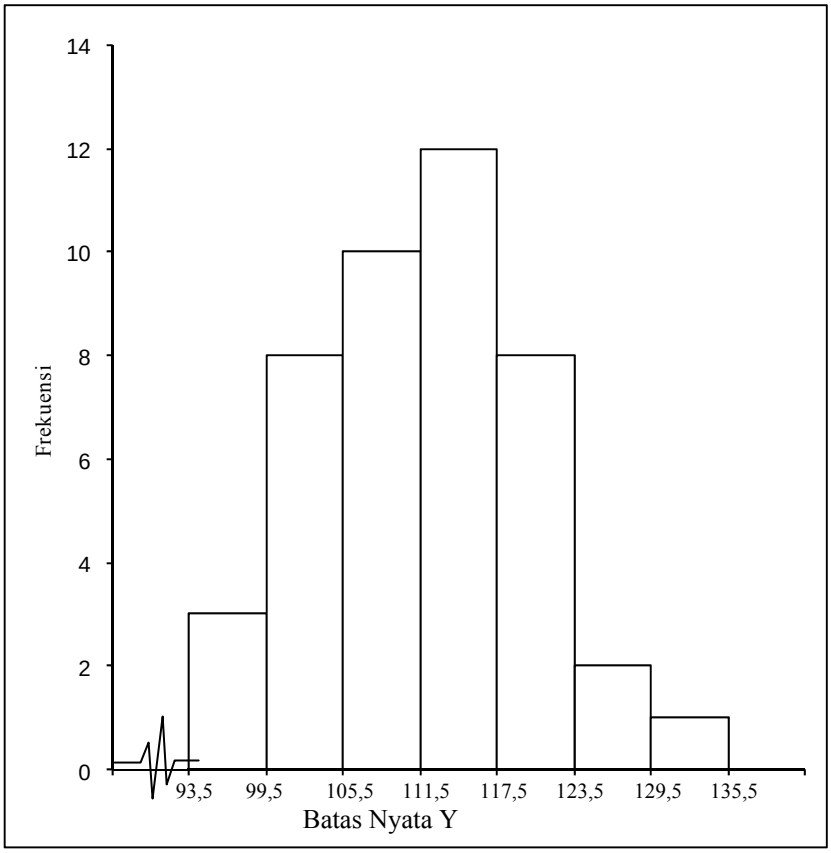
Distribusi frekuensi data kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel IV. 1 dimana rentang skor adalah 36, banyaknya kelas interval 7, panjang kelas 6 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20).

Tabel IV.1

Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
94 – 99	93,5	99,5	3	6.82%
100 – 105	99,5	105,5	8	18.18%
106 – 111	105,5	111,5	10	22.73%
112 – 117	111,5	117,5	12	27.27%
118 – 123	117,5	123,5	8	18.18%
124 – 129	123,5	129,5	2	4.55%
130 – 135	129,5	135,5	1	2.27%
			44	100%

Untuk mempermudah penafsiran data kepuasan pelanggan, dapat dilihat pada gambar IV.1.



Gambar IV.1

Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV. 1 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel kepuasan pelanggan yaitu 12 terletak pada interval kelas ke-4 (empat) antara 112-117 dengan frekuensi relatif sebesar 27,27%, dan frekuensi terendahnya adalah 1 terletak pada interval kelas ke-7 (tujuh) yakni antara 129-135 dengan frekuensi relatif sebesar 2,27 %.

Untuk menganalisa persentase responden yang merasa puas terhadap pelayanan PT. Telkom dapat diketahui dengan membandingkan jumlah skor tengah skala penilaian instrumen dengan jumlah skor instrumen dibawah jumlah

skor tengah skala penilaian instrumen. Dihitung dari skor tengah skala penilaian instrumen yaitu 3 dikalikan dengan jumlah pernyataan yang valid yaitu 32 diperoleh jumlah skor tengah penilaian instrumen yaitu 96 dan dibandingkan dengan jumlah skor instrumen dibawah jumlah skor tengah skala penilaian instrumen. Jumlah skor instrumen dibawah jumlah skor tengah ada satu yaitu 94 atau sebesar 2,27%, hal ini dapat disimpulkan bahwa 97,73% responden dalam penelitian ini telah merasa puas terhadap pelayanan PT. Telkom.

Didasari dari hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kepuasan pelanggan terlihat bahwa keempat indikator kepuasan pelanggan memiliki kontribusi yang relatif seimbang dalam membentuk kepuasan pelanggan. Namun indikator yang memiliki skor paling besar dalam pembentukkan kepuasan pelanggan adalah indikator Wujud, yaitu sebesar 20,56 %. Pada indikator wujud, terlihat bahwa sifat konsumen yang lebih memilih fasilitas sebagai faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Selanjutnya, indikator keandalan mempunyai peranan sebesar 19,90%, indikator daya tanggap mempunyai peranan sebesar 20,52%, indikator jaminan mempunyai peranan sebesar 19,60 %, dan indikator empati mempunyai peranan sebesar 19,40% dalam pembentukkan kepuasan pelanggan.

Pada indikator jaminan, terlihat bahwa sub indikator kemampuan berkomunikasi mendapatkan tanggapan yang paling tinggi dari responden dibandingkan sub indikator lainnya, dan pada indikator empati terlihat bahwa sub indikator perhatian berkomunikasi mendapatkan tanggapan yang paling tinggi

dari responden dibandingkan sub indikator lainnya. (proses perhitungan pada lampiran 42). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.2 dan tabel IV.3.

Tabel IV.2
Rata-Rata Hitung Skor Indikator Kepuasan pelanggan

Variabel	Kepuasan Pelanggan				
Indikator	Wujud	Keandalan	Daya Tanggap	Jaminan	Empati
Jlh Soal	12	4	2	7	7
Skor/ Persentase	157,33 (20,56%)	152,25 (19,90%)	157 (20,52%)	150 (19,60%)	148,42 (19,40 %)

Tabel IV.3
Rata-Rata Hitung Skor Sub Indikator kepuasan Pelanggan

Indikator	Wujud			Keandalan	Daya tanggap	Jaminan			Empati		
Sub Indikator	Fasilitas	Penampilan	Media promosi	Ketepatan layanan	Ketanggapan	Pengetahuan	Kemampuan berkomunikasi	Keramahan	Perhatian	Memahami pelanggan	Kemudahan untuk pelanggan
Jlh Soal	5	5	2	4	2	3	2	2	1	2	4
Skor/ Persentase	160 34,08 %	156,4 33,32 %	153 32,60 %	152,25 100 %	157 100%	145,3 32,19 %	155,5 34,37 %	151,5 33.49 %	157 34,66 %	151 33,34 %	145 32%

2. Data Variabel Perbaikan Pelayanan

Perbaikan pelayanan memiliki 30 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Terbagi kedalam empat indikator yaitu respon, informasi, tindakan, kompensasi dimana setiap indikator mempunyai sub indikator seperti terlihat sbb; respon mempunyai sub indikator

pengakuan kegagalan jasa, permohonan maaf, kecepatan, keterlibatan manajemen , informasi mempunyai sub indikator penjelasan atas kegagalan atau kesalahan pelayanan yang terjadi, solusi, kepastian, tindakan mempunyai sub indikator koreksi atas kesalahan yang terjadi ,prosedur langkah-langkah perbaikan, dan kompensasi mempunyai sub indikator pengurangan biaya, memberikan penggantian, layanan gratis

Data yang diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian yang berupa skala likert sebanyak 30 penyataan oleh 44 responden dan berdasarkan hasil perhitungan data perbaikan pelayanan diperoleh skor terendah 86 dan skor tertinggi 126 jumlah skor adalah 4600, skor rata-rata ($\overline{X}$) sebesar 104,55; varians (S^2) sebesar 104,300 dan simpangan baku (S) sebesar 10,213. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 27).

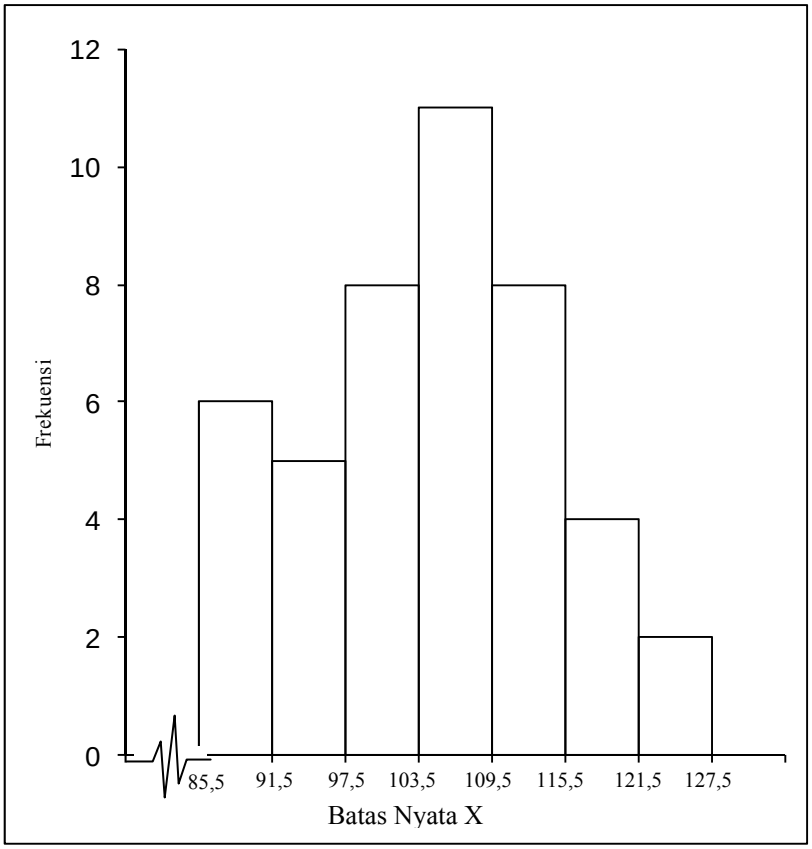
Distribusi frekuensi data perbaikan pelayanan dapat dilihat pada tabel IV.4 dimana rentang skor adalah 40, banyaknya kelas interval 7, panjang kelas 6. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 23).

Tabel IV.4

Distribusi Frekuensi Perbaikan Pelayanan

Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
86 – 91	85,5	91,5	6	13.64%
92 – 97	91,5	97,5	5	11.36%
98 – 103	97,5	103,5	8	18.18%
104 – 109	103,5	109,5	11	25.00%
110 – 115	109,5	115,5	8	18.18%
116 – 121	115,5	121,5	4	9.09%
122 – 127	121,5	127,5	2	4.55%
			44	100%

Untuk mempermudah penafsiran data perbaikan pelayanan, maka data dapat pada gambar IV.2.



Gambar IV.2

Grafik Histogram Perbaikan Pelayanan

Berdasarkan grafik histogram pada gambar IV. 2 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel perbaikan pelayanan yaitu 11 terletak pada interval kelas ke-4 (empat) antara 104-109 dengan frekuensi relatif sebesar 25%, dan frekuensi terendahnya adalah 2 terletak pada interval kelas ke-7 (tujuh) yakni antara 121-127 dengan frekuensi relatif sebesar 4,55 %.

Untuk menganalisa persentase perbaikan pelayanan PT. Telkom dimata responden dapat diketahui dengan membandingkan jumlah skor tengah skala penilaian instrumen dengan jumlah skor instrumen dibawah jumlah skor tengah

skala penilaian instrumen. Dihitung dari skor tengah skala penilaian instrumen yaitu 3 dikalikan dengan jumlah pernyataan yang valid yaitu 30 diperoleh jumlah skor tengah penilaian instrumen yaitu 90 dan dibandingkan dengan jumlah skor instrumen dibawah jumlah skor tengah skala penilaian instrumen. Jumlah skor instrumen dibawah jumlah skor tengah ada empat yaitu 86, 86, 89 dan 89 atau sebesar 9,09%, hal ini dapat disimpulkan bahwa 90,91% responden dalam penelitian ini menilai perbaikan pelayanan PT. Telkom sudah cukup baik.

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel perbaikan pelayanan terlihat bahwa keempat indikator perbaikan pelayanan memiliki kontribusi yang relatif seimbang dalam membentuk perbaikan pelayanan. Namun indikator yang memiliki skor paling besar dalam pembentukkan perbaikan pelayanan adalah indikator respon, yaitu sebesar 25,57 %. Pada indikator respon, terlihat bahwa sifat konsumen yang lebih memilih pengakuan kegagalan jasa merupakan faktor penting dalam membentuk perbaikan pelayanan. Selanjutnya, indikator informasi mempunyai peranan sebesar 24,58 %, indikator tindakan mempunyai peranan sebesar 24,85 %, dan indikator kompensasi memiliki peranan sebesar 25,00 % dalam pembentukkan perbaikan pelayanan.

Pada indikator informasi responden memberikan respon yang lebih tinggi terhadap kepastian. Dan pada indikator tindakan, terlihat bahwa koreksi atas kesalahan pelayanan mendapatkan tanggapan yang tinggi dari responden, dan pada indikator kompensasi, terlihat bahwa layanan gratis memperoleh tanggapan

yang tinggi oleh responden. (proses perhitungan pada lampiran 43). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.5 dan tabel IV.6.

Tabel IV.5
Rata-Rata Hitung Skor Indikator Perbaikan Pelayanan

Variabel	Perbaikan Pelayanan			
Indikator	Respon	Informasi	Tindakan	Kompensasi
Jlh Soal	9	8	5	8
Skor/ Persentase	156,67 (25,57%)	150,5 (24,58%)	152,22 (24,85%)	153,12 (25 %)

Tabel IV.6
Rata-Rata Hitung Skor Sub Indikator Perbaikan Pelayanan

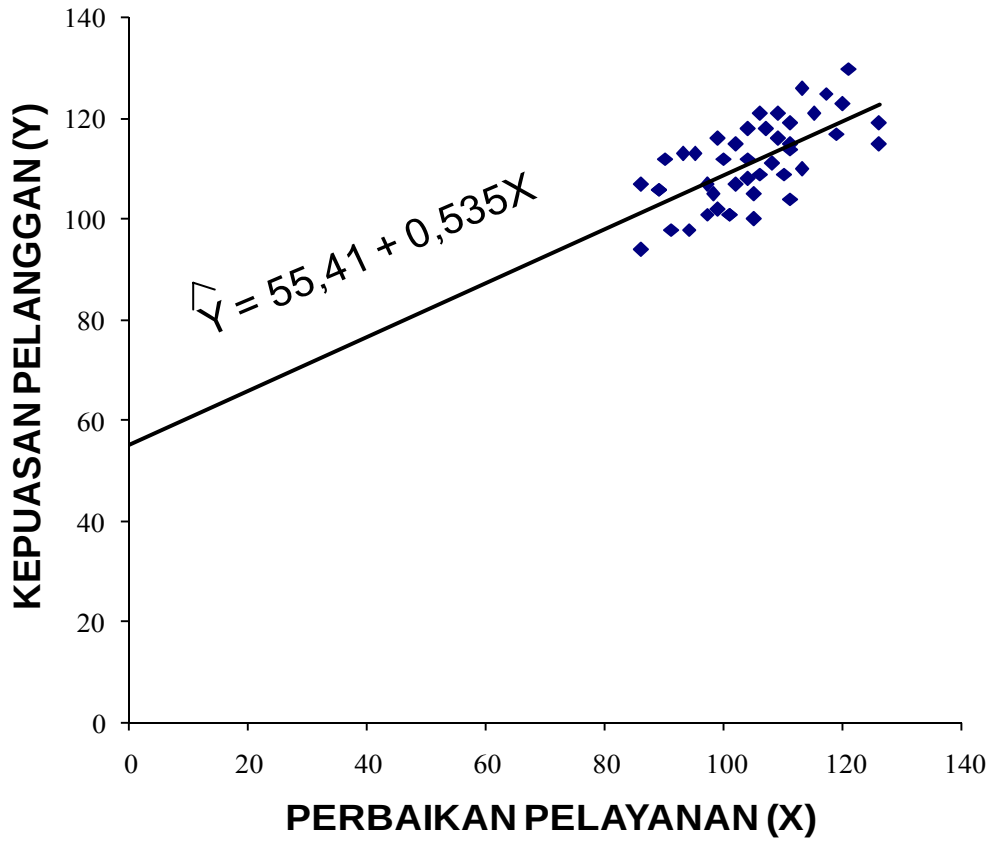
Indikator	Respon				Informasi			Tindakan		Kompensasi		
Sub Indikator	Pengakuan Kegagalan jasa	Perm. maaf	Kecepatan	Ket.manajemen	Penj. Keg.jasa	Solusi	Kepastian	Koreksi atas kesalahan	Prosedur langkah-langkah perbaikan	Pengurangan Biaya	Memb. Penggantian	Lay. gratis
Jlh Soal	2	3	2	2	2	3	3	4	1	3	2	3
Skor/ Persentase	164 26,10 %	153,67 24,47 %	152,5 24,28 %	158 25,15 %	150 33,24 %	144 31,90%	157,33 34,86 %	153 50,66 %	149 49,34%	147 32,06 %	150,5 32,82 %	161 35,11%

B. Persamaan Garis Regresi

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,535 dan konstanta sebesar 55,41. Dengan demikian bentuk hubungan antara perbaikan pelayanan (variabel X) dan kepuasan pelanggan (variabel Y), memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 55,41 + 0,535X$. Selanjutnya persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor perbaikan pelayanan akan

mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0.535 skor pada konstanta 55,41.

Persamaan garis linier regresi $\hat{Y}$ = **55.41** + **0.535X** dapat dilukiskan pada gambar IV.3 berikut ini:



Gambar IV.3

Persamaan Garis Regresi

($\hat{Y}$ = 55,41 + 0.535X)

C. Pengujian Persyaratan Analisis

Pengujian normalitas variabel dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X dilakukan dengan menggunakan uji Liliefors pada taraf signifikan α = 0.05 untuk sample sebanyak 44 orang responden, dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila L_{hitung} (Lo) < L_{tabel} (Lt) dan jika sebaliknya maka galat taksiran Y atas X tidak berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan Uji Liliefors, L_{hitung} (Lo) maksimum sebesar 0.0991 sedangkan L_{tabel} pada taraf nyata (α) 0.05 diperoleh nilai sebesar 0.1336, ternyata $L_{hitung} < L_{tabel}$ atau 0.0991 < 0.1336 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Dengan demikian penelitian dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi dan regresi. (Perhitungan lengkap terdapat pada lampiran 33).

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV. 7

Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Y-Ŷ

No.	Galat Taksiran	Lo	Ltabel (0.05)	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X	0.0991	0.1336	Terima Ho	Normal

D. Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah “Terdapat hubungan yang positif antara perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan”. Dengan kata lain diduga bahwa semakin tinggi perbaikan pelayanan maka semakin kuat/tinggi kepuasan pelanggan, dan

sebaliknya makin rendah perbaikan pelayanan maka makin rendah pula kepuasan pelanggan.

Selanjutnya dilakukan uji keberartian (signifikansi) dan linieritas persamaan regresi perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan yang hasil perhitungan disajikan dalam tabel IV.8 (Perhitungan lengkap terdapat pada lampiran 35, 36, 37,dan 38)

Tabel IV. 8

Tabel ANAVA Untuk Pengujian Signifikansi dan Linearitas Persamaan Regresi Perbaikan Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

$\hat{Y} = 55{,}41 + 0{,}535X$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F_{hitung}	F_{tabel}
Total	44	548648			
Regresi (a)	1	545681.82			
Regresi (b/a)	1	1284.599	1284.599		
Residu	42	1681.583	40.038	**32.08** **)	**4.07**
Tuna Cocok	26	1043.416	40.131		
Galat Kekeliruan	16	638.167	39.885	**1.01** ^{ns})	**2.20**

Keterangan :

**) : Regresi berarti $F_{Hitung}(32{,}08) > F_{Tabel}(4{,}07)$

^{ns}) : Regresi linier $F_{Hitung}(1{,}01) < F_{Tabel}(2{,}20)$

Pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang satu dan dk penyebut (n-2) = 42 pada $\alpha = 0.05$ diperoleh Fhitung = 32,08, sedangkan Ftabel = 4,07. Dari hasil pengujian seperti ditunjukkan pada tabel IV.8 menunjukkan bahwa Fhitung = 32,08 > Ftabel = 4,07 sehingga regresi berarti.

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linearitas regresi dengan dk pembilang (k-2) = 26 dan dk penyebut (n-k) = 16 dengan α = 0.05 diperoleh Fhitung = 1,01 sedangkan Ftabel = 2,20. Hal ini menunjukkan bahwa Fhitung < Ftabel yang berarti regresi linier.

Hasil pengujian pada tabel diatas menyimpulkan bahwa bentuk hubungan antara perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah linier dan signifikan. Selanjutnya persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor perbaikan pelayanan akan mengakibatkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,535 skor pada konstanta 55,41.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bukan secara kebetulan perbaikan pelayanan mempunyai hubungan positif dengan kepuasan pelanggan melainkan didasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan dengan taraf sifnifikan (α = 0.05).

Analisis koefisien korelasi berguna untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel X dan Y. hasil perhitungan koefisien korelasi antara perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan diperoleh koefisien korelasi rxy = 0.658 (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 39). Untuk uji signifikansi koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.9.

Tabel IV.9
Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi antara X dan Y

Koefisien antara X dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0.658	**43,30 %**	**5,663**	**1,684**

Keterangan: $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 5,663 > 1,684 maka Ho ditolak atau terdapat koefisien yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

Berdasarkan pengujian signifikansi koefisien korelasi antara pasangan skor perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebagaimana terlihat pada tabel

IV.9 diatas diperoleh t_{hitung} = 5,663 dan t_{tabel} = 1,684. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi rxy = 0,658 adalah signifikan. Artinya dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi $rxy^2 = (0,658)^2 = 0,4330$. Hal ini berarti sebesar 43,30 % variasi kepuasan pelanggan ditentukan oleh perbaikan pelayanan, sedangkan 56,70 % variasi kepuasan pelanggan ditentukan oleh faktor-faktor lainnya. (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 41).

E. Interpretasi Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dikemukakan, diketahui bahwa adanya hubungan yang positif antara perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT.Telkom pada warga RW 04 Kelurahan Cengkareng Barat. Dari perhitungan itu pula maka dapat diinterpretasikan bahwa perbaikan pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Atau dengan kata lain semakin baik perbaikan pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, begitu pula sebaliknya, semakin rendah perbaikan pelayanan semakin rendah pula kepuasan pelanggan

F. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya sampai pada tingkat kebenaran mutlak. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan yang dilakukan selama melakukan penelitian ini,yakni keterbatasan faktor yang diteliti yakni hanya mengenai hubungan antara perbaikan pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sementara kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh banyak faktor.