

PENGARUH *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, DAN EMPATHY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SPAM BATAM

THE EFFECT OF TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, AND EMPATHY ON CUSTOMER SATISFACTION IN SPAM BATAM

Al Azahari¹, Herni Widiyah Nasrul², Widodo Ismanto³, Sri Langgeng Ratnasari^{4*}, Gandhi Sutjahjo⁵, Bony Widya Kristine Waruwu⁶, Riko Robiansyah Hidayatullah⁷, Muhammad Reza⁸, Seow Tawee⁹, Saifuddin Amin¹⁰

^{1-4,6-8}Universitas Riau Kepulauan, Indonesia

⁵Universitas Batam, Indonesia

⁹University Tun Hussein Onn, Malaysia

¹⁰Muhammadiyah Islamic College, Singapore

*Co Author: sarisucahyo@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada 100 pelanggan SPAM Batam dari Populasi sebanyak ± 300.000 pelanggan SPAM Batam. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heterokedastisitas dan multikolinearitas. Pada uji hipotesis *tangible* dan *responsiveness* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan masing- masing variabel *reliability*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji simultan dengan uji F, maka *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar hasil uji F yang didapat nilai F hitung $> F$ tabel ($37,833 > 2,31$) atau signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci: *Tangible; Reliability; Responsiveness; Assurance; Empathy; Kepuasan Pelanggan*

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction both partially and simultaneously. After conducting a literature and field review and hypothesis formulation, the data in this study were collected by distributing questionnaires to 100 SPAM Batam customers from a population of $\pm 300,000$ SPAM Batam customers. The sampling technique used was purposive sampling. The data analysis method used was quantitative analysis, namely validity and reliability tests, descriptive statistical analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests and F-tests. Based on data analysis, the results of the study showed that the variables in this study were valid and reliable. In the classical assumption test, the data were normally distributed,

there was no heteroscedasticity and multicollinearity. In the hypothesis test, tangible and responsiveness had a negative and insignificant effect on customer satisfaction, and each variable reliability, assurance, and empathy had a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the simultaneous test with the F-test, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy together had a significant effect on SPAM Batam customer satisfaction. This is based on the results of the F test which obtained the calculated F value > F table (37.833 > 2.31) or significance < 0.05 (0.000 < 0.05).

Keywords: *Tangible; Reliability; Responsiveness; Assurance; Empathy; Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Air memiliki peranan penting dalam kehidupan kita, sehingga perlu dijaga agar air senantiasa tersedia dengan kuantitas dan kualitas yang memadai. Hari Air Sedunia tahun ini yang diperingati setiap 22 Maret juga bertujuan menyadarkan masyarakat dunia akan pentingnya sumber air yang tersembunyi didalam tanah. Pentingnya sumber air baku dan pengelolaan sumber air yang berkelanjutan. Air, satu di antara sumber daya alam yang sangat penting bagi seluruh makhluk hidup dan setiap hari semua makhluk hidup membutuhkan air bersih terutama manusia. Air dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan sehari-hari, termasuk untuk minum, karena 80% tubuh manusia merupakan air. Adanya pemahaman serta perhatian khusus yang kurang dari masyarakat pada pentingnya keberadaan air bersih adalah salah satu alasan dibalik *World Water Day*.

Hari Air Sedunia merupakan perayaan tahunan yang dilakukan untuk kembali menarik perhatian publik pada pentingnya air bersih dan sumber air baku dan kesadaran akan pentingnya menjaga dan sumber air baku untuk kelangsungan sumber-sumber air bersih yang berkelanjutan. Terkait sumber air baku di Batam sangat terbatas, mengingat sumber airnya ditampung dalam waduk-waduk buatan yang mengandalkan curah hujan. Berbanding dengan jumlah penduduk dan pertumbuhannya, persediaan air di Batam menjadi sangat terbatas ketersediaannya. Hal ini membuat SPAM Batam akan terus berupaya untuk maksimalisasi ketersediaan dan pendistribusian air bersih ke Pelanggan SPAM Batam. Karena itu dirasa perlu untuk langkah penghematan air.

Sistem Pengelolaan Air Minum (SPAM) adalah pengelolaan air bersih bagi masyarakat dengan mengolah sumber air baku sesuai dengan baku mutu yang telah di tentukan. Air yang telah melalui proses pengolahan akan didistribusikan ke masyarakat agar mendapatkan air bersih. Pengolahan air sangat dibutuhkan ketika air yang menjadi sumber untuk pelayanan air minum tidak memenuhi standar kualitas air baku, sehingga ketika hasil pengolahan air memenuhi standar kualitas air baku dapat didistribusikan. Kegiatan transmisi dalam SPAM adalah mengumpulkan dan menyalurkan air dari sumber ke pengolahan air. Sedangkan untuk sistem distribusi adalah mendistribusikan air tersebut kepada pelanggan dengan volume dan tekanan yang memenuhi.

Pelayanan publik yang dilakukan oleh aparatur pemerintah saat ini dirasakan belum memenuhi harapan masyarakat. Hal ini dapat diketahui dari berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa dan jejaring sosial. Tentunya keluhan tersebut, jika tidak ditangani memberikan dampak buruk terhadap pemerintah. Lebih jauh lagi adalah dapat menimbulkan ketidakpercayaan dari masyarakat.

LANDASAN TEORI

Tangible/Bukti Langsung

Bukti langsung atau *tangible* merupakan pelayanan yang dapat dilihat, dicium, dan diraba, sehingga aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Bukti langsung perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan fungsi sarana dan prasarana fisik perusahaan, serta kondisi lingkungan sekitar merupakan bukti nyata atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, meliputi sarana fisik, peralatan, karyawan, dan sarana telekomunikasi. Hal-hal baik yang terlihat mempengaruhi persepsi pelanggan. Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menjaga kepercayaan. Karyawan yang berkeahlian yang memperlakukan pelanggan dengan hormat serta membuat mereka merasa bahwa mereka dapat mempercayai kepastian seperti ditunjukkan perusahaan. Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Reliability/Kehandalan

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah bahwa kepuasan pelanggan menderita jika layanan yang diberikan tidak memenuhi janji mereka. Oleh karena itu, komponen atau elemen dari aspek keandalan ini adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan secara memadai dan membebaskan biaya yang sesuai. Kemampuan menyelenggarakan jasa dengan dapat diandalkan, akurat dan konsisten.

Responsiveness/Daya Tanggap

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilaksanakan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Ketanggapan dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Termasuk jika ada masalah atau keterlambatan dalam memberikan pelayanan, penyedia jasa berusaha untuk segera memperbaiki atau meminimalkan kerusakan pada konsumen. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat dalam menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Oleh karena itu, komponen atau elemen dari dimensi ini meliputi kesediaan karyawan untuk melayani pelanggan, kecepatan petugas yang melayani pelanggan dan menangani keluhan pelanggan. Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap atas pelayanan yang diberikan.

Assurance/Jaminan

Assurance atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan konsumen dalam konsumsi layanan yang diberikan. Dimensi ini penting karena menyiratkan persepsi konsumen tentang risiko tinggi ketidakpastian tentang kemampuan penyedia layanan. Perusahaan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen melalui karyawannya terlibat langsung dalam hubungan konsumen. Oleh karena itu, komponen dari aspek ini meliputi kompetensi karyawan termasuk keterampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk memberikan layanan, dan reputasi perusahaan termasuk hal-hal yang berkaitan dengan kepercayaan

konsumen terhadap bisnis seperti reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain. Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan untuk menjaga kepercayaan. Karyawan yang berkeahlian yang memperlakukan konsumen dengan hormat serta membuat mereka merasa bahwa mereka dapat mempercayai kepastian seperti ditunjukkan perusahaan. Pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

Empathy/Peduli

Memperhatikan konsumen secara individual. Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan temuan diatas sehingga hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu: H1: Diduga *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam. H2: Diduga *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam. H3: Diduga *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Industri Besar SPAM Batam. H4: Diduga *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam. H5: Diduga berpengaruh *empathy* terhadap kepuasan pelanggan di Industri Besar SPAM Batam. H6: Diduga *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama di Industri Besar SPAM Batam.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian menurut Sugiyono (2019) “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan v tertentu”. Dengan demikian, dalam melakukan penelitian perlu adanya suatu metode penelitian yang sesuai untuk memperoleh sebuah data yang akan diteliti dalam sebuah penelitian”.

Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang merupakan Industri Besar yang berangkat di Badan Usaha SPAM BP Batam selama kurun waktu tahun 2021 berdasarkan data jumlah pelanggan.

Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pada metode ini sampel diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Populasi yang diambil dalam jumlah besar, karena keterbatasan waktu serta biaya penulis tidak mungkin mempelajari semua yang menjadi populasi untuk dijadikan sampel. Penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* karena dalam pengambilan sampel jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan, dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, tetapi dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan matematika sederhana.

Teknis Analisis Instrumen**Pengumpulan Data**

Menurut Jabbar (2014) dalam proses pengumpulan data dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh penulis harus mempunyai suatu metode atau teknologi untuk memperoleh data atau informasi yang baik, terstruktur, dan akurat dari ini penelitian tersebut, sehingga dapat menjelaskan keakuratan informasi data yang diperoleh.

Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Indrawan & Yuniawati (2014) Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini digunakan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Jumlah butir setiap instrument sebelum diuji coba ditunjukkan dengan tabel.

Tabel 1. Pengukuran Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Teknis Analisis Data

Analisis data dimaksudkan sebagai upaya setelah proses pengumpulan data selesai kemudian dianalisis dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian, maka teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan analisis menggunakan statistik. Teknis analisis data yang digunakan antara lain:

Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2019) uji coba instrumen dilakukan untuk menguji alat ukur yang digunakan apakah valid dan reliabel. Karena dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji coba angket perlu dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas isi dari angket tersebut. Selain itu uji coba juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat item-item pertanyaan yang mengandung jawaban yang kurang objektif, kurang jelas ataupun membingungkan.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan

oleh peneliti.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan hasil yang sama ketika dilakukan pengukuran berulang ulang serta dilakukan dalam kondisi yang konstan (sama). Menurut Khairinal (2016) Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih berulang kali hasilnya tetap sama disebut reliabel.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan karakteristik dan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif terhadap variabel bebas (independen) dan terikat (dependen), Statistik deskriptif sering digunakan untuk memberikan informasi tentang karakteristik variabel penelitian utama. Statistik deskriptif memberikan informasi rinci atau deskriptif tentang sesuatu data dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), maksimum, minimum dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo (2016) Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastis pada model regresi. Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastis. Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya. Apabila ada satu syarat saja yang tidak terpenuhi, maka hasil analisis regresi tidak dapat dikatakan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

Menurut Ghazali dan Ratmono (2017) apabila asumsi klasik terpenuhi maka estimasi regresi dengan ordinary least square (OLS) akan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), artinya pengambilan keputusan melalui Uji F dan Uji T tidak boleh bias. Dalam penelitian terdapat beberapa uji asumsi klasik diantara lain yaitu:

Uji Normalitas

Menurut Purnomo Purnomo (2016) Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi normal. Menurut Ghazali dan Ratmono (2017) terdapat dua cara dalam memprediksi apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali dan Ratmono (2017) heteroskedastisitas berarti terdapat varians yang tidak sama dalam model regresi. Sebaliknya, varians dari variabel-variabel model regresi memiliki nilai yang sama, dikatakan homoskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastisitas

menggunakan analisis grafik.

Uji Hipotesis

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016) pengujian hipotesis adalah prosedur yang dilakukan dalam penelitian dengan tujuan untuk dapat mengambil keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis yang diajukan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara mengestimasi parameter populasi berdasarkan data sampel melalui uji statistik inferensial, yaitu menguji kebenaran statistik suatu pernyataan dan penarikan kesimpulan yang menerima atau menolak pernyataan tersebut.

Uji Parsial (t)

Menurut Basuki (2015) Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas. Uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap variabel dependen yaitu (kepuasan pelanggan).

Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan secara simultan dalam model regresi mampu menjelaskan variabel dependen. Uji-F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependennya menurut Ghozali (2018).

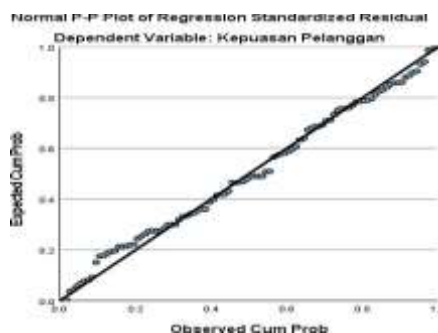
Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di SPAM Komp. Batam Centre Square Blok D No. 2, Kelurahan Teluk Tering Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Telp. 0778-6000200.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

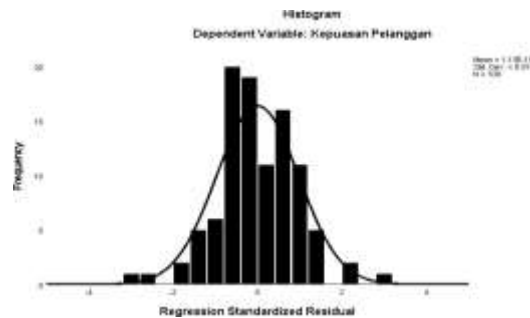
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji *t* dan *F* mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas terhadap residual dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Tingkat signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05\%$. Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas $p \geq 0,05\%$, maka asumsi normalitas terpenuhi. Jika probabilitas $< 0,05$, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.



Gambar 3. Uji Normalitas Histogram

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 3 diperoleh hasil uji normalitas histogram menghasilkan bentuk kurva mengunggung maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal.

**Gambar 4. Normal P - Plot**

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan gambar 4 diperoleh hasil uji normalitas P - Plot menghasilkan garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa pola terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang lebih dari 0.10 diindikasikan suatu variabel bebas terjadi multikolinearitas.

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

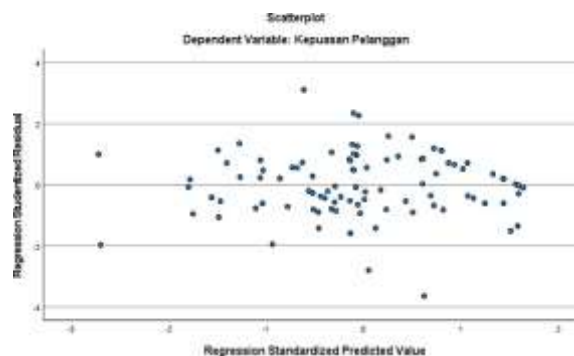
<i>Coefficients^a</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
Model		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>(Constant)</i>		
	<i>Tangible</i>	.348	2.872
	<i>Reliability</i>	.601	1.665
	<i>Responsiveness</i>	.251	3.977
	<i>Assurance</i>	.332	3.001
	<i>Empathy</i>	.231	4.323

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai VIF *tangible* (X1) sebesar 2.872, *reliability* (X2) sebesar 1.665, *responsiveness* (X3) sebesar 3.977, *assurance* (X4) sebesar 3.011, dan *empathy* (X5) sebesar 4.323 yang artinya VIF dari tabel tersebut lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance > 0.10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID pada sumbu Y, dan ZPRED pada sumbu X.



Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data diolah, 2023

Hasil dari uji heteroskedastisitas grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titiktitik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah pada angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dan secara simultan. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *software* pengolahan data SPSS versi 28.

Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji t yang diperoleh disajikan pada tabel 13 sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji t (Parsial)

<i>Model</i>	<i>Unstandardize d Coefficients</i>		<i>Standardize d Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>(Constant)</i>	4,734	2,894		1,636	,105
<i>Tangible</i>	,085	,129	,066	,653	,515
<i>Reliability</i>	,167	,070	,183	2,384	,019
<i>Responsiveness</i>	,024	,134	,022	,182	,856
<i>Assurance</i>	,521	,133	,405	3,925	,000
<i>Empathy</i>	,237	,116	,253	2,047	,043

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: data diolah, 2023

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Hasil uji F yang diperoleh setelah data diolah disajikan dalam tabel berikut ini:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh antara variabel independen, yaitu *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Empathy* (X5) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada SPAM Batam. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan SPAM Batam.

Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang didapat t hitung $< t$ tabel ($0.653 < 1.986$) atau signifikansi > 0.05 ($0.515 > 0.05$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tangible (bukti fisik) merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. *Tangible* merupakan fisik dari SPAM Batam, seperti fasilitas perlengkapan, dekorasi yang menarik, petugas yang berpenampilan rapi, bangunan yang megah, bersih dan nyaman, lokasi perusahaan yang mudah ditemukan serta tersedia tempat parkir. *Tangible* ini bisa mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian responden yang menyatakan cukup setuju artinya kondisi fisik pada SPAM Batam cukup sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di SPAM Batam, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prakoso dan Nurhadi (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) tidak berpengaruh signifikan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Musa, Haeruddin, dan Haeruddin (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) tidak berpengaruh signifikan.

Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang didapat t hitung $> t$ tabel ($2.384 > 1.986$) atau signifikansi > 0.05 ($0.019 < 0.05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nilasari dan Istiatin (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa variabel *reliability* (kehandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang didapat t hitung $< t$ tabel ($0.182 < 1.986$) atau signifikansi > 0.05 ($0.856 > 0.05$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Simon, Utami, dan Padmalia (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) tidak berpengaruh signifikan.

Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji t yang

didapat t hitung $> t$ tabel ($3.925 > 1.986$) atau signifikansi > 0.05 ($0.000 < 0.05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lusiana *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Sugiyanto dan Kurniasari (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar pada uji Hal ini berdasar pada uji t yang didapat t hitung $> t$ tabel ($2.047 > 1.986$) atau signifikansi > 0.05 ($0.043 < 0.05$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dari penelitian ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Abi (2021) yang menyatakan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Lubis dan Andayani (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan

Tangible, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersamasama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam. Hal ini berdasar hasil uji F yang didapat nilai F hitung $> F$ tabel ($37,833 > 2,31$) atau signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Berdasar hasil analisis maka penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kaengke, Tumbel, dan Walangitan (2020), Saputra dan Sudarsa (2019), Sattar, Mihani, and Wahyuni (2021) . Hasil penelitian menunjukkan, adanya pengaruh secara bersama-sama *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara positif signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada SPAM Batam. Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. *Tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.
2. *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.
3. *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.
4. *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.
5. *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.
6. *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan SPAM Batam.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan *tangible* (bukti fisik), SPAM Batam Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) mendapat nilai negatif, sehingga perhatian khusus harus diberikan pada dimensi ini. Pelabuhan perlu meningkatkan fasilitas yang sudah disediakan saat ini, menyediakan ruang tunggu yang lebih nyaman, memperluas tempat parkir yang

- menciptakan ruang tunggu yang lebih nyaman, memperluas tempat parkir yang nyaman, dan *tangible* akan memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Berkaitan dengan *reliability* (kehandalan), SPAM Batam perlu meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat ini, dan Menyelesaikan keluhan pelanggan secepat mungkin.
 3. Berkaitan dengan *responsiveness* (daya tanggap), SPAM Batam perlu memberikan perhatian khusus kepada dimensi ini, karena hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa *responsiveness* (daya tanggap) memiliki nilai negatif. SPAM Batam dapat melakukan pendidikan dan pelatihan (diklat), mengadakan *Forum Grup Discussion* (FGD) terhadap petugas mengenai keinginan pelanggan untuk dilayani secara cepat dan tepat. Pada akhirnya diharapkan agar dimensi *responsiveness* akan memberikan nilai positif terhadap kepuasan pelanggan.
 4. Berkaitan dengan *assurance* (jaminan), SPAM Batam harus dipertahankan dan bahkan memungkinkan untuk meningkatkan jumlah jaminan, yang merupakan salah satu faktor terpenting dari kepuasan pelanggan. Sikap petugas yang ramah membuat pelanggan senang dan nyaman saat memberikan layanan, keamanan yang ditawarkan kepada pelanggan sangat baik.
 5. Berkaitan dengan *empathy* (empati), SPAM Batam untuk memberikan semua jenis kenyamanan kepada pelanggan, menyediakan pelayanan pelanggan 24 jam sampai pelanggan puas dan memberikan perhatian yang lebih secara personal. SPAM Batam.

REFERENSI

- Abdullah, Thamrin, and Francis Tantri. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Abi, Yudi Irawan. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Master Piece Karaoke Di Kota Bengkulu." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 9 (1): 50–58.
- Ananda, Rusydi, and Fadhli Muhammad. 2018. "Statistik Pendidikan (Teori Dan Praktik Dalam Pendidikan)." In , edited by Syarbaini Saleh. Medan: CV. Widya Puspita.
- Arif Amiruddin Jabbar, Muhammad. 2014. "Analisis Visual Kriya Kayu Lame Di Kampung Saradan Desa Sukamulya Kecamatan Pagaden Kabupaten Subang," 38–40. repository.upi.edu.
- Austin, T. 2021. "Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empathy Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Paten Masa New Normal Di Kecamatan Sako." *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 6 (1): 22– 27.
- Basuki, Agus Tri. 2015. *Analisis Regresi Dengan SPSS*. Yogyakarta.
- Daryanto, and Setyobudi Ismanto. 2014. "Konsumen Dan Pelayanan Prima." Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy, Tjiptono, and Gregorius Chandra Gregorius. 2016. *Service, Quality and Satisfaction*.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen Dan Sikap Pemasaran*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, and Dwi Ratmono. 2017. *Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Dengan Eviews 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadi, Nor, and Ode Tarwan. 2019. "Pengaruh *Emphaty, Tangible, Responsiveness, Kedisiplinan Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Pemerintahan Desa.*" *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 6 (2): 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v6i2.490> 2.
- Nurlaila, Ratnasari, S.L., Harsasi, M., Sultan, Z. The Role of Individual Performance in the Influence of Innovation Culture and Quality of Work Life on Competitive Advantage. *Journal of Ecohumanism*, 2024, 3(4), pp. 327–334.
- Rahmawati, R., Oktora, K., Ratnasari, S.L., Ramadania, R., Darma, D.C. Is it true that lombok deserves to be a halal tourist destination in the world? A perception of domestic tourists *Geojournal of Tourism and Geosites*, 2021, 34(1), pp. 94–101.
- Rahmawati, R., Ratnasari, S.L., Hidayati, T., Ramadania, R., Tjahjono, H.K. What makes Gen Y and Z feel stressed, anxious and interested in doing social tourism when pandemic? *Cogent Business and Management*, 2022, 9(1), 2084973.
- Ratnasari, S. L., Sutjahjo, G., and Adam. (2019). The Contribution Of Competence, Motivation, And Creativity Towards Teacher's Performance Through Work Satisfaction. *International Journal Of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*. Volume-8 Issue-5C, May 2019. 145-149. ISSN: 2249-8958. DOI:10.35940/ijeat.E1021.0585C19
- Ratnasari, S. L., Sutjahjo, G., and Adam. (2019). Employees' Performance: Organizational Culture And Leadership Style Through Job Satisfaction. *Humanities & Social Sciences Reviews*. Vol. 7. No.5. pp. 597-608. ISSN: 2249-8958. eISSN: 2395-6518. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7569>
- Ratnasari, S. L., Rahmawati., Haryani, D. S., Tanjung, R., and Basuki. (2020). Workplace Bullying Causing Negative Employee Behaviors: A Case From Indonesian Banking Sector. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol. 10 Issue 2, February 2020. ISSN: 2201-1315.
- Ratnasari, S. L., and Lestari, L. (2020). Effect of Leadership Style, Workload, Job Insecurity on Turnover Intention. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol. 10 Issue 2, April 2020. ISSN: 2201-1315.
- Ratnasari, S. L., Sutjahjo, G., and Adam. (2020). The Effect of Job Satisfaction, Organization Culture and Leadership On Employee Performance. *Annals of Tropical Medicine and Public Health*, 2020, 23(13A), SP231329
- Ratnasari, S. L., Susanti, E.N., Ismanto, W., Darma, D.C., Sutjahjo, G. (2020). An Experience of tourism development: How is the strategy? *Journal of Environmental Management and Tourism*, 2020, 11(7), pp. 1877-1886.
- Ratnasari, S. L., Rahmawati, R., Ramadania, R., Darma, D.C., Sutjahjo, G. (2021). Ethical Work Climate In Motivation and Moral Awareness Perspective: The Dilemma by The Covid-19 Crisis? *Public Policy and Administration*. 20 (4), pp. 398-409.
- Ratnasari, S.L., Mahadi, N., Nordin, N.A., Darma, D.C. (2022). Ethical Work Climate, Social Trust, and Decision-Making in Malaysian Public Administration: The Case of MECD Malaysia. *Croatian and Comparative Public Administration*, 2022, 22(2), pp. 289–312