

## Analisis Pengaruh Faktor Emosional, Kualitas Layanan, Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Penjualan Express Di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

Muhammad Fahri Bachtiar<sup>1</sup>, Meilia Wulandari<sup>2</sup>, Nurhana Nufita Sari<sup>3</sup>, Aris Fauzi Nur Farichi<sup>4</sup>, Nadia Roosmalita Sari<sup>5</sup>

<sup>1-4</sup>Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

<sup>5</sup>Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

<sup>1</sup>fahrigamanglangit2001@gmail.com

- Received 10 August 2023, Revised 20 August 2023, Accepted 20 September 2023

Keyword	Abstract
Emotional, Service Quality, Facilities, Customer Satisfaction.	<i>In facing intense business competition, people must try to create customer satisfaction, which is important for creating customer loyalty and Word of Mouth. This study is intended to prove and analyze whether or not there is an influence between emotional, service quality, and facilities on Penjualan Express customer satisfaction in Kedungwaru District, Tulungagung Regency. This research is associative with a quantitative approach. Primary data was used in this study, and a questionnaire was chosen as the technique for collecting data. The sampling technique is non-probability sampling in the form of accidental sampling. All customers who have used Penjualan Express services in Kedungwaru District, Tulungagung Regency will become the study population. With the lameshow technique, 100 respondents were obtained to be used as samples. Multiple linear regression analysis is a technique used for data analysis. Data analysis begins by conducting data quality tests including validity and reliability tests, followed by classical assumption tests including normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and autocorrelation tests, then multiple linear regression tests, F tests (combined), T tests (partial), and the last is the test of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). The study findings prove that emotional variables and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, but facilities do not have a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously emotional variables, service quality, and facilities have a positive and significant influence on Penjualan Express customer satisfaction in Kedungwaru District, Tulungagung Regency with a proportion of 49.2%.</i>

Copyright © 2023 JMB, Journal Manajemen Bisnis is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

### I. PENDAHULUAN

Persaingan dunia usaha di era global saat ini mulai meningkat, baik di perusahaan jasa maupun non-jasa. Para pengusaha agar tidak boleh hanya berfokus untuk meningkatkan kualitas produk, tetapi juga berfokus untuk meningkatkan kualitas layanan, serta lebih maksimal lagi dalam memberikan pelayanan dan fasilitas agar mampu bertahan ditengah ketatnya persaingan (Pragana & Kurniawan, 2022). Salah satu usaha jasa yang sangat dibutuhkan khususnya di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung adalah

usaha *Fotocopy* dan *Print*. Mengingat banyak didirikannya perkantoran dan lembaga pendidikan disana. Sehingga jasa tersebut sangat dibutuhkan oleh berbagai kalangan, seperti pelajar atau mahasiswa, pegawai, dan masyarakat umum untuk mencetak maupun menggandakan dokumen mereka dengan mudah dan cepat. Umumnya usaha *Fotocopy* dan *Print* letaknya saling berdekatan dengan pesaing, jadi persaingannya menjadi ketat.

Berdasarkan survei yang dilakukan pada 5 kategori tempat *Fotocopy* dan *Print* yang terekomendasi di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, diketahui bahwa

sebanyak 76% orang lebih memilih Penjilidan *Express* sebagai tempat *Fotocopy* dan *Print* yang terbaik dibandingkan dengan kompetitornya seperti *Fotocopy Biru*, *Prima Media Photocopy* dan *Percetakan, AV Fotocopy*, dan *Fotocopy Asyifa*. Maka, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di tempat tersebut. Penjilidan *Express* berada di Jl. Mayor Sujadi Timur 34A, Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

Untuk menghadapi persaingan yang ketat, maka Penjilidan *Express* harus berupaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan seseorang sesudah membandingkan kinerja maupun hasil yang dirasakan sesuai dengan keinginannya (Harjadi & Arraniri, 2021). Kepuasan pelanggan sangat penting untuk menciptakan loyalitas konsumen dan *word of mouth* (Ritonga & Pane, 2020). Menurut Kotler (2012) dalam (Ritonga & Pane, 2020) terdapat 5 faktor penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, emosional, serta kemudahan biaya. Menurut (Suputra, 2019) ada faktor lain yang juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu fasilitas.

Faktor emosional berkaitan dengan strategi untuk memperlakukan pelanggan sesuai dengan gaya hidupnya agar tercipta kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakannya (Nasution & Nasution, 2021). Kinerja yang diberikan satu orang ke orang lain dikenal sebagai “kualitas layanan”, dan itu mungkin berbentuk tindakan tidak berwujud yang tidak memberikan kepemilikan barang apapun atau untuk siapa saja (Marhendra et al., 2022). Fasilitas merupakan objek penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, misalnya kenyamanan konsumen, terpenuhinya kebutuhan serta kenyamanan pemakai layanan (Purba, 2020).

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis tergerak untuk melakukan studi penelitian terkait kepuasan pelanggan yang diperkirakan dipengaruhi oleh faktor emosional, kualitas layanan, serta fasilitas. Studi dilakukan di Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Untuk itu ditetapkanlah beberapa rumusan masalah meliputi: 1) Adakah pengaruh antara emosional terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung? 2) Adakah pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan

Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung? 3) Adakah pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung? 4) Adakah pengaruh antara emosional, kualitas layanan, serta fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung secara simultan (gabungan)?

Tujuan penelitian meliputi: 1) Mengetahui pengaruh emosional terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. 2) Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. 3) Mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. 4) Mengetahui pengaruh faktor emosional, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung secara simultan.

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut: 1) Bagi pemilik usaha, hasil penelitian bisa dijadikan acuan dalam mengambil kebijakan terkait dengan meningkatkan kepuasan pelanggan. 2) Bagi pembaca, hasil penelitian bisa untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta referensi terkait studi kepuasan pelanggan. 3) Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian bisa dijadikan referensi untuk melakukan penelitian berikutnya, khususnya terkait faktor-faktor kepuasan pelanggan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Emosional

Menurut (Ritonga & Pane, 2020) Emosional bisa berupa perasaan marah, senang, sedih, rasa terkejut, cinta, benci, dan sebagainya. (Ronasih & Widhiastuti, 2021). Emosional penting untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen. Hubungan emosional yang terjadi selama transaksi bisnis berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Ronasih & Widhiastuti, 2021). Dengan kehadiran emosional, pelanggan dapat mengevaluasi produk melalui *brand*, logo, karakter atau kemasan. Hal ini akan meningkatkan rasa kebanggaan pelanggan dan membuat mereka merasa lebih mengagumkan ketika mengenakan barang atau jasa bermerek tertentu, sehingga membuat kepuasannya meningkat.

Menurut (Ritonga & Pane, 2020) setidaknya ada empat indikator dari emosional. Indikator-

indikator tersebut yaitu : 1) Rasa senang, 2) Rasa bangga, 3) Rasa percaya diri dan 4) Rasa nyaman.

## **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Kotler, 2001) layanan atau jasa adalah semua perilaku atau kinerja yang ditawarkan kepada suatu pihak (produsen/perusahaan) kepada pihak lain (pelanggan) yang mana dari perilaku tersebut tidak memiliki wujud dan akhirnya tidak memiliki kepemilikan apapun. Menurut (Tjiptono & Chandra, 2005) kualitas pelayanan merupakan tingkat ukuran seberapa baiknya tingkat layanan yang bisa diberikan sebuah perusahaan/ produsen sesuai dengan harapan yang pelanggan inginkan. Karena telah kita ketahui bahwa dalam kegiatan bisnis, kualitas pelayanan yang kita berikan kepada pelanggan akan mempengaruhi seberapa kepuasan mereka.

Menurut (Kotler, 2001) setidaknya ada lima indikator dalam kualitas layanan (*Service Quality*). Indikator tersebut yaitu: 1) bukti fisik (*tangibles*), 2) keandalan (*reliability*), 3) ketanggapan (*responsiveness*), 4) jaminan (*assurance*), dan 5) perhatian yang tulus (*emphaty*).

## **Fasilitas**

Menurut Tjiptono (2011) dalam (Setiawan et al., 2019) sebelum perusahaan jasa dapat menawarkan produk atau jasanya kepada pelanggan, pertama-tama mereka harus menyediakan fasilitas yang diperlukan. Fasilitas memiliki potensi untuk mempermudah dan menyederhanakan proses demi memastikan kepuasan pelanggan. Perusahaan membuat dan menyediakan fasilitas khusus untuk digunakan dan dinikmati pelanggan. Semakin lengkap fasilitas yang disediakan, maka semakin maksimal kenyamanan yang pelanggan rasakan.

Menurut Tjiptono (2011) dalam (Wardani et al., 2020) indikator fasilitas ada 3, yaitu: 1) pertimbangan atau perencanaan, 2) perencanaan ruang, 3) perabot serta perlengkapan.

## **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2014) dalam (Nur & Fadili, 2021) Kepuasan pelanggan merupakan keadaan mental seorang konsumen/pembeli yang mengambil keputusan berdasarkan derajat kesamaan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang diserahkan. Seorang pelanggan pasti puas jika kinerja atau hasil yang didapatkan sesuai atau melebihi harapan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam (Ritonga & Pane, 2020) terdapat 5 faktor untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu 1) kualitas produk, 2) kualitas pelayanan, 3) harga, 4) emosional, serta 5)

kemudahan biaya. Menurut pendapat lain, fasilitas juga termasuk faktor yang penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2011) dalam (Ritonga & Pane, 2020) indikator kepuasan pelanggan meliputi 1) Kesesuaian harapan, 2) Minat berkunjung Kembali, dan 3) kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.

## **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Pertama dilakukan oleh (Nasution & Nasution, 2021) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek di Medan*”. Temuan studinya menunjukkan bahwa emosional dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi jasa Gojek di Medan.

Penelitian kedua dilakukan oleh (Purba, 2020) dengan judul “*Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mazda di Kota Batam*”. Temuan studinya menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di Kota Batam baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ketiga dilakukan oleh (Hidayat et al., 2022) dengan judul “*Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso*”. Temuan studinya menunjukkan bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian keempat dilakukan oleh (Nur & Fadili, 2021) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta*”. Temuan studinya menunjukkan kualitas layanan dan fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan *traveller* hotel Jakarta.

Penelitian kelima dilakukan oleh (Ritonga & Pane, 2020) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda Idk 2 Medan*”. Temuan studinya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan emosional memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Honda IDK2 Medan, baik parsial maupun simultan.

## **Kerangka Konseptual**

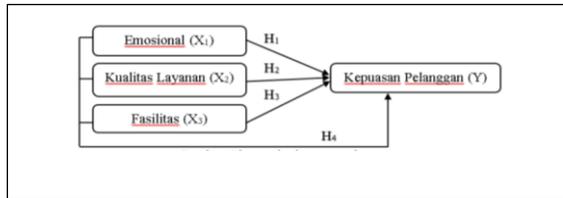
Model konseptual yang berkaitan dengan bagaimana suatu teori berhubungan dengan

berbagai elemen yang telah diidentifikasi menjadi masalah yang penting disebut sebagai kerangka berpikir (Hidayat et al., 2022). kerangka

## Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

1. H<sub>0</sub> : Emosional (X<sub>1</sub>) tidak memiliki pengaruh



yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

H<sub>1</sub> : Emosional (X<sub>1</sub>) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

2. H<sub>0</sub> : Kualitas layanan (X<sub>2</sub>) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung

H<sub>2</sub> : Kualitas layanan (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung

3. H<sub>0</sub> : Fasilitas (X<sub>3</sub>) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

H<sub>3</sub> : Fasilitas (X<sub>3</sub>) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

4. H<sub>0</sub> : Emosional (X<sub>1</sub>) kualitas layanan (X<sub>2</sub>), serta fasilitas (X<sub>3</sub>) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung

H<sub>4</sub> : Emosional (X<sub>1</sub>) kualitas layanan (X<sub>2</sub>), serta fasilitas (X<sub>3</sub>) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

## III. METODE PENELITIAN

pemikiran dalam studi ini bisa dilihat pada gambar 1 berikut

Penelitian ini berupa asosiatif dengan melalui pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dipakai untuk menguji, atau membuktikan sebuah teori, karena penelitian ini berawal dari sebuah teori yang kemudian diteliti dan dibahas untuk mengambil suatu kesimpulan (Hermawan, 2019). Penelitian ini dilakukan di Penjilidan Express yang berada di Jl. Mayor Sujadi Timur 34A, Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

Data primer digunakan dalam penelitian ini, dan kuisioner dipilih sebagai teknik untuk mengumpulkan data. Teknik samplingnya berupa *non probability sampling* berjenis *accidental sampling*, atau metode penentuan *sampling* dengan mengambil beberapa responden yang kebetulan ada di suatu lokasi atau daerah yang memenuhi kriteria penelitian. Peneliti memilih teknik *sampling* tersebut karena sulit untuk menentukan jumlah populasi dengan tepat. Seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa penjilidan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung akan menjadi populasi penelitian. Dengan teknik *lameshow*, diperoleh 100 responden untuk dijadikan sebagai sampel. Dalam memproses data, digunakan SPSS versi 21. Analisis regresi linier berganda adalah teknik yang dipakai untuk analisis data. Analisis data dimulai dengan melakukan uji kualitas data meliputi uji validitas serta uji reliabilitas, diteruskan dengan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi, setelahnya baru dilakukan uji regresi linier berganda, uji F (gabungan/simultan), uji T (parsial), dan yang terakhir adalah uji koefisien determinasi (R square).

## IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### I. Analisis Data Penelitian

#### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu data yang diperoleh setelah dilakukan penelitian dengan penggunaan alat ukur yang dipakai (kuesioner). Data

bisa dikatakan valid jika memiliki nilai signifikansi  $< 0,1$  atau  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ .

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai  $r\text{-hitung}$  dari seluruh butir pertanyaan pada variabel emosional yaitu X1.1 (0,743), X1.2 (0,757), X1.3 (0,801), X1.4 (0,810), kualitas pelayanan yaitu X2.1 (0,773), X2.2 (0,756), X2.3 (0,774), X2.4 (0,803), X2.5 (0,793), fasilitas X3.1 (0,749), X3.2 (0,836), X3.3 (0,772), kepuasan pelanggan Y1 (0,874), Y2 (0,855), Y3 (0,819) lebih besar dari  $r\text{-tabel}$  yaitu 0,1654 ( $df=(100-2)= 98$  dengan tingkat signifikansi 10%. sehingga secara keseluruhan data tersebut dinyatakan yang valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama. Data bisa dinyatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha  $> 0,60$ .

Hasil uji reliabilitas dari keempat variabel diperoleh nilai cronbach's alpha dari emosional (0,782), kualitas layanan (0,839), fasilitas (0,686), serta kepuasan pelanggan (0,804) lebih besar dari 0,60. Sehingga data dari keseluruhan variabel dinyatakan sudah reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk mendapatkan nilai pemeriksaan persamaan regresi berganda yang tidak biasa serta efisien melalui sistem kuadrat terkecil. Terdapat 4 uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mendapati apakah variabel dapat berdistribusi dengan normal dan layak untuk di uji statistik dengan non-parametik. Melalui metode Kolmogorov Smirnov (KS) data bisa

dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai  $\text{asym.sig}$  menunjukkan lebih besar dari 0,1. Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan, diketahui nilai  $\text{Asymp. Sig. (2-tailed)}$  sebesar 0,124 lebih besar dari 0,1 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk mendapati apakah variabel *independent* dan *dependent* dalam model regresi memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna. Data dinyatakan tidak multikolinieritas jika diperoleh nilai tolerance  $> 0,10$  serta diperoleh nilai VIF  $< 10,00$ .

Berdasarkan uji multikolinieritas yang dilakukan, diketahui nilai tolerance dari variabel emosional (0,370), kualitas pelayanan (0,330), dan fasilitas (0,594)  $> 0,10$  dan memiliki nilai VIF emosional (2,705), kualitas pelayanan (3,026), dan fasilitas (1,684)  $< 10,00$ , maka bisa dikatakan bahwa dalam model regresi tidak menunjukkan multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menentukan apakah residual dari model regresi satu pengamatan berbeda dengan yang lain dalam hal varians. Homoskedastisitas adalah kondisi dimana varian antara residual satu pengamatan dan residual dari pengamatan lain tetap ada. Data tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi  $> 0,1$ .

Berdasarkan metode uji gletser yang dilakukan, diperoleh nilai signifikansi emosional (0,437), kualitas pelayanan (0,382), dan fasilitas (0,729)  $> 0,1$ . Maka dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk mendapati apakah residual

error pada periode t dan error pada periode t-1 berkorelasi dalam model regresi sebelumnya. Uji Durbin Watson dapat digunakan untuk melakukan uji autokorelasi. Apabila tidak terjadi autokorelasi, maka data tersebut dikatakan baik.

Setelah dilakukan uji autokorelasi diketahui nilai durbin-watson sebesar 1,933 dan nilai (4-DW) sebesar 2,067. Sedangkan nilai tabel durbin-watson dengan sig 10% dengan rumus (k; N) = (3;100). Maka diperoleh nilai dL

sebesar 1.6131 dan dU sebesar 1.736 serta (4-dU) sebesar 2,264. Nilai dU (1,7364) < DW 1,933 < 4-dU (2,264) sehingga bisa disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda untuk memperkirakan sejauh mana pengaruh perubahan satu variabel ke variabel yang lain. Hasil dari uji regresi linier berganda disajikan pada tabel 1 bagian coefficient di bawah ini:

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	1.686	1.148	1.468	.145
Emosional (X1)	.374	.103	3.628	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.207	.089	2.343	.021
Fasilitas (X3)	.016	.104	.153	.879

Sumber : Data Primer yang dianalisis dengan SPSS 21

Melalui *output* analisis regresi di atas, maka bisa dituliskan persamaan regresinya sebagai berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 1,686 + 0,374X_1 + 0,207X_2 + 0,016X_3$$

Adapun untuk penginterpretasian dari persamaan regresi di atas yaitu:

- $\alpha = 1,686$  artinya apabila nilai  $X_1$ ,  $X_2$ , serta  $X_3$  tetap sama ataupun tidak berubah, maka nilai konstanta dari Y adalah 1,686.
- $b_1 = 0,374$  menurut rumus, jika  $X_1$  naik, maka Y juga akan naik sebesar 0,374, asalkan nilai konstanta dari  $X_2$  dan  $X_3$  tidak dijumlahkan.
- $b_2 = 0,207$  menurut rumus, jika  $X_2$  naik, maka Y juga akan naik sebesar

0,207, asalkan nilai konstanta dari  $X_1$  dan  $X_3$  tidak dijumlahkan.

- $b_3 = 0,016$  menurut rumus, jika  $X_3$  naik, maka Y juga akan naik sebesar 0,016, asalkan nilai konstanta dari  $X_1$  dan  $X_2$  tidak dijumlahkan.

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji F (Simultan)

Uji F dipakai untuk melakukan pengujian pengaruh secara gabungan (simultan) antara variabel bebas dengan variabel terikatnya (Ghozali, 2013). Variabel independet dikatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent jika nilai signifikansi < 0,1 dan juga nilai F-hitung > F-tabel. Hasil dari uji F disajikan ditabel 2 di bawah ini

**Tabel 2. Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	F	Sig.
Regression	166.549	3	30.984	.000 <sup>b</sup>
Residual	172.011	96		
Total	338.560	99		

Sumber : Data Primer yang dianalisis dengan SPSS 21

Diketahui nilai sig.  $0,000 < 0,1$  dan F-hitung ( $30,984$ )  $>$  F-tabel ( $2,14$ ) Sehingga  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_4$  diterima. Dengan demikian, variabel emosional (X1), kualitas pelayanan (X2), serta fasilitas (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Penjualan

Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

**b. Uji T (Parsial)**

Uji T (Parsial) digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (sendiri-sendiri). Hasil dari uji T (parsial) bisa dilihat pada tabel 3 coefficients di bawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji T Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	1.686	1.148	1.468	.145
Emosional (X1)	.374	.103	3.628	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.207	.089	2.343	.021
Fasilitas (X3)	.016	.104	.153	.879

Sumber : Data Primer yang dianalisis dengan SPSS 21

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada tabel di atas dengan ketentuan  $\alpha = 0,1$  dan  $dk = (100-4) = 96$ , maka untuk t tabel diperoleh hasil sebesar 1,290. Berikut ini merupakan penjelasan terkait hasil uji t dari setiap variabel:

1. Variabel emosional (X1) Dari hasil perhitungan diperoleh nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,1 dan nilai t-hitung (3,628) lebih besar dari t-tabel (1,290). Maka hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya variabel emosional (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) penjualan Express di

Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

2. Variabel kualitas pelayanan (X2) Dari hasil perhitungan diperoleh nilai sig.  $0,021 < 0,1$  dan nilai t-hitung  $2,343 >$  t-tabel 1,290. Hipotesis penelitian kemudian menunjukkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) penjualan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.
3. Variabel Fasilitas (X3) Dari hasil perhitungan diperoleh nilai sig.  $0,879 > 0,1$  dan nilai t-hitung  $0,153 <$  t-tabel 1,290. Hipotesis penelitian menunjukkan bahwa

H3 ditolak sedangkan H0 diterima. Artinya variabel fasilitas (X3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) penjualan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

### c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi dipakai untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y). Adapun hasil dari uji koefisien determinasi disajikan dalam tabel 4 di bawah ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 <sup>a</sup>	.492	.476	1.33857

Sumber : Data Primer yang dianalisis dengan SPSS 21

Diketahui besarnya R Square nilai 0,492 yang berarti variabel emosional (X1), kualitas pelayanan (X2), serta fasilitas (X3) secara gabungan (simultan) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) Penjualan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung senilai 49,2%. Sedangkan sebagiannya sisanya yang senilai 50,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak dipakai dipenelitian ini.

dapat menilai dengan baik terhadap produk tersebut sehingga pelanggan merasa senang dan bangga menggunakannya. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini meliputi rasa senang, rasa bangga, rasa percaya diri, dan rasa nyaman.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nasution & Nasution, 2021) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek di Medan". Temuan studinya membuktikan bahwa emosional memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi gojek di Medan.

## 2. PEMBAHASAN

### Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Penjualan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

Melalui pengujian data yang sudah dilakukan, terbukti bahwa emosional memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjualan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Artinya semakin baik emosional, maka semakin baik pula dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini relevan dengan teori menurut (Ritonga & Pane, 2020) bahwa variabel emosional berpotensi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Emosional mempunyai peranan yang penting dalam mewujudkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Dengan adanya emosi, pelanggan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Penjualan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

Melalui pengujian data yang sudah dilakukan terbukti bahwa bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjualan *Express* di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin baik pula dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini relevan dengan teori yang diungkapkan oleh (Kotler, 2001) bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan yang diberikan kepada

mereka. Ada 5 indikator kualitas layanan diantaranya yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), serta empathy (perhatian yang tulus). Pelanggan pasti ingin dilayani dengan baik dan sesuai ekspektasi mereka. Maka pemilik usaha harus memberikan kualitas layanan yang maksimal agar sesuai dengan tingkat kepuasan yang pelanggan harapkan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nur & Fadili, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta”. Temuan studinya membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan traveller hotel Jakarta.

## **Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Penjualan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung**

Melalui pengujian data yang sudah dilakukan terbukti bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjualan Express di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Artinya baik atau buruknya fasilitas yang diberikan, tidak berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini tidak relevan dengan teorinya Tjiptono (2011) dalam (Setiawan et al., 2019) dimana fasilitas merupakan sesuatu yang dapat memudahkan pelanggan untuk memperoleh kepuasan. Fasilitas secara sengaja dibuat dan disediakan oleh perusahaan agar bisa dipakai dan dinikmati oleh pelanggan sehingga kepuasan pelanggan meningkat. Namun pada penelitian ini, fasilitas dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya pelanggan kurang begitu memperhatikan fasilitas, sehingga peningkatan fasilitas yang ada tidak akan mempengaruhi pada kepuasan pelanggan. Karena pelanggan lebih berfokus pada hasil

*fotocopy* dan *print* yang diberikan, sebab tujuan utama pelanggan dalam menggunakan jasa Penjualan Express adalah untuk mendapatkan hasil *fotocopy* dan *print* dengan cepat dan sesuai dengan harapan mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hidayat et al., 2022) dengan judul “Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso”. Temuan studinya membuktikan bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **Pengaruh Emosional, Kualitas Pelayanan, Serta Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Penjualan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung**

Melalui pengujian data yang sudah dilakukan bisa diketahui bahwa variabel emosional, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Penjualan Express di Kecamatan Kedungwaru dengan proporsi nilai dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) senilai 49,2%. Sedangkan sebagian sisanya yang senilai 50,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak dipakai pada penelitian ini.

Maka, bisa disimpulkan bahwa variabel independent meliputi emosional, kualitas pelayanan, dan fasilitas secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjualan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung.

## **V. PENUTUP**

Berdasarkan pemaparan hasil analisis penelitian dan pembahasan di atas, maka bisa disimpulkan bahwa:

1. Emosional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjualan Express di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Artinya semakin baik

emosional, maka peningkatan kepuasan pelanggan juga semakin baik.

2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka akan semakin baik pula dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Fasilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung. Artinya tidak peduli seberapa baik atau buruknya fasilitas yang disediakan, hal ini tidak akan mempengaruhi peningkatan dalam kepuasan pelanggan.
4. Secara gabungan (simultan) variabel emosional, kualitas pelayanan, serta fasilitas memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan Penjilidan *Express* di Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis penelitian, pembahasan, serta kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang bisa peneliti ajukan. Bagi pemilik usaha hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan dalam pengambilan kebijakan terkait faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Bagi pembaca hasil studi ini bisa untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan serta bisa dijadikan sebagai referensi terkait beberapa faktor di atas yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi peneliti serta diharapkan juga untuk meneliti dengan faktor-faktor diluar variabel seperti persepsi harga, kualitas produk, harga, biaya, kemudahan, dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS*

Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.

Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Hidayatul Quran.

Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Interpreneur (JME)*, 1(4), 11.

Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Prenhallindo.

Marhendra, R. A., Rifdan, & Syaharuddin. (2022). *Challenges Of Social Sciences, Education, And Teknologi For Achieving Sustainable Development Goals (SDGS)*. CV Media Sains Indonesia.

Maryati, F., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Holiday Hotel di Kota Batam. *Jurnal Magisma*, VIII(1), 20–27.

Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Jurnal Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 142–155. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8247>

Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 05(1), 13.

Pragana, Y. A., & Kurniawan, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kursus Mengemudi CV. Wijaya Kediri. *Jurnal SIMANIS: Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 234–243.

Prastyo, M. D., Susanto, & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Pelanggan

- Barbershop Pojur Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23–32.
- Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda Di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, 8(1), 1987–1996.
- Ritonga, H. M., & Pane, D. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Philanthropy Journal of Psychology*, V(1), 109–130.
- Setiawan, R., Kosasih, & Sudrajad, A. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Limasan Kafe Karawang. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 167–171.  
<https://doi.org/10.24843/BSE.2019.v24.i02.p01>
- Suputra, I. G. W. (2019). *How To Create Service Excellent For Your Guests*. Nilacakra Publishing House.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality And Satisfaction*. CV Andi Offset.
- Wardani, I., Jumain, & Mufarihin. (2020). Pengaruh Harga, Free Wifi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Coffee Jmp Pahlawan Lamongan. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 35(02), 1–12.

