

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Timberland di Pakuwon Mall Surabaya adalah sebuah toko ritel yang menawarkan berbagai macam produk sepatu, pakaian, dan aksesoris outdoor. Timberland dikenal sebagai merek yang mengkhususkan diri dalam produk-produk yang dirancang untuk aktivitas luar ruangan, seperti hiking, pendakian, dan petualangan.

Timberland memiliki reputasi yang baik dalam hal kualitas, daya tahan, dan gaya desain produknya. Merek ini terkenal dengan sepatu botnya yang ikonik, yang dikenal dengan sebutan "Timberlands". Sepatu bot Timberland terkenal karena konstruksi yang kokoh, tahan lama, dan nyaman dipakai dalam berbagai cuaca dan kondisi.

Toko Timberland di Pakuwon Mall Surabaya menyediakan berbagai koleksi produk untuk pria, wanita, dan anak-anak. Selain sepatu, mereka juga menawarkan pakaian luar ruangan seperti jaket, celana pendek, kemeja, serta aksesoris seperti topi, tas, dan sabuk. Produk-produk Timberland menggunakan bahan berkualitas tinggi dan dirancang dengan gaya yang trendi namun juga fungsional. Timberland di Pakuwon Mall Surabaya menciptakan suasana toko yang nyaman dan ramah pelanggan. Staf yang terlatih dengan baik siap membantu pelanggan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Toko ini juga mengutamakan kenyamanan pelanggan dengan menyediakan area yang luas dan rapi untuk memudahkan pelanggan dalam berbelanja.

Selain toko fisik, Timberland juga dapat ditemukan secara online melalui situs web resmi mereka. Pelanggan dapat menjelajahi koleksi produk, melihat detail produk, dan melakukan pembelian secara online melalui platform tersebut. Secara keseluruhan, Timberland di

Pakuwon Mall Surabaya adalah destinasi yang populer bagi pecinta aktivitas luar ruangan dan mereka yang mencari produk sepatu, pakaian, dan aksesoris berkualitas tinggi dengan gaya yang klasik dan tahan lama.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah responden Timberland Pakuwon Mall Surabaya. Berikut ini merupakan deskripsi mengenai jumlah responden responden penelitian. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui identitas secara umum dari responden penelitian.

1. Data Jumlah Kuesioner

Berikut ini merupakan tabel yang menyajikan jumlah kuesioner yang telah disebarakan kepada responden. Data lengkapnya yaitu berikut ini:

Tabel 4.1
Data Penelitian

No	Keterangan	Jumlah	Prosentase
1	Jumlah kuesioner yang disebarakan	90	100%
2	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0	0%
3	Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah	0	0%
4	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	90	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa terdapat 90 responden yang berkunjung ke Timberland Pakuwon Mall Surabaya. 90 responden tersebut merupakan 90 orang yang

sesuai dengan kriteria sampling, yang salah satu kriteria nya merupakan Pernah datang kembali di Timberland Pakuwon Mall Surabaya setidaknya lebih dari dua kali.

2. Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian

a. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin pada tabel 4.2 dapat diketahui proporsi responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	25	27,8	27,8	27,8
	Perempuan	65	72,2	72,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan yaitu sebanyak 65 responden (72,2%) sedangkan sisanya 25 responden (27,8%) merupakan laki-laki.

b. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan usia pada tabel 4.3 dapat diketahui proporsi responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	21	23,3	23,3	23,3
	Karyawan	53	58,9	58,9	82,2
	Wirausaha	16	17,8	17,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan responden adalah sebagai karyawan yaitu sebanyak 53 responden (58,9%) sedangkan responden dengan frekuensi terendah wirausaha yaitu sebanyak 16 responden (17,8%).

c. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja pada tabel 4.4 dapat diketahui proporsi responden berdasarkan lama bekerja sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 - 4 Tahun	22	24,4	24,4	24,4
	4 - 8 Tahun	47	52,2	52,2	76,7
	8 - 12 Tahun	13	14,4	14,4	91,1
	> 12 Tahun	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah,2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar lama bekerja responden adalah 4-8 tahun yaitu sebanyak 47 responden (52,2%) sedangkan responden dengan frekuensi lama bekerja terendah berada adalah >12 tahun yaitu sebanyak 8 responden (8,9%).

C. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan formulasi pada rumus interval kelas sebagai berikut untuk mengetahui tingkatan pada pernyataan responden terhadap variable dalam kuesioner yang sedang diteliti.

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terdendah}}{\text{Skala Likert}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diperoleh tabel deskripsi unterval kelas sebagai berikut:

Tabel 4.5
Deskripsi Interval Kelas

Interval	Kategori
1.00 – 1.80	Sangat Tidak Setuju
1.81 – 2.60	Tidak Setuju
2.61 – 3.40	Cukup Setuju
3.41 – 4.20	Setuju
4.21 – 5.00	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

1. Variabel Kualitas Reliabilitas

Pada variabel reliabilitas, berdasarkan persentasi jawaban responden pada kuesioner tersebut, maka diperoleh nilai rata-rata jawaban responden untuk setiap pernyataan yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.6
Deskripsi Untuk Variabel Reliabilitas

No	Pernyataan	Rata-rata Responden Tanggapan	Kategori
1	X1.1	3,97	Setuju
2	X1.2	3,69	Setuju
3	X1.3	3,70	Setuju
4	X1.4	3,83	Setuju
5	X1.5	3,89	Setuju
Rata-rata		3,82	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dapat dipelajari dari tabel 4.6 diatas bahwa rata-rata responden menjawab setuju dalam kuesioner yang sudah dibuat. Item dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu X1_1 sebesar 3,97 dan yang terendah adalah X1_2 sebesar 3,69. Nilai rata-rata total dari kuesioner X₁ bernilai 3,82 yang dimana masuk dalam kategori setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden cukup setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada di variabel reliabilitas (X₁).

2. Variabel Daya Tanggap

Pada variabel daya tanggap, berdasarkan persentasi jawaban responden pada kuesioner tersebut, maka diperoleh nilai rata-rata jawaban responden untuk setiap pernyataan yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.7
Deskripsi Untuk Variabel Daya Tanggap

No	Pernyataan	Rata-rata Tanggapan Responden	Kategori
1	X2.1	3,82	Setuju
2	X2.2	3,78	Setuju
3	X2.3	3,97	Setuju
4	X2.4	3,71	Setuju
5	X2.5	3,58	Setuju
Rata-rata		3,77	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dapat dipelajari dari tabel 4.7 diatas bahwa rata-rata responden menjawab setuju dalam kuesioner yang sudah dibuat. Item dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu X2_3 sebesar 3,97 dan yang terendah adalah X2_5 sebesar 3,58. Nilai rata-rata total dari kuesioner X₂ bernilai 3,77 yang dimana masuk dalam kategori setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden cukup setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada di variabel daya tanggap (X₂).

3. Variabel Jaminan

Pada variabel produk cafe, berdasarkan persentasi jawaban responden pada kuesioner tersebut, maka diperoleh nilai rata-rata jawaban responden untuk setiap pernyataan yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Deskripsi Untuk Variabel Jaminan

No	Pernyataan	Rata-rata tanggapan Responden	Kategori
1	X3.1	4,28	Sangat Setuju
2	X3.2	3,48	Setuju
3	X3.3	3,27	Cukup Setuju
4	X3.4	4,09	Setuju
5	X3.5	4,37	Sangat Setuju
Rata-rata		3,90	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dapat dipelajari dari tabel 4.8 diatas bahwa rata-rata responden menjawab setuju dalam kuesioner yang sudah dibuat. Item dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu X3_5 sebesar 4,37 dan yang terendah adalah X3_3 sebesar 3,27. Nilai rata-rata total dari kuesioner X₃ bernilai 3,90 yang dimana masuk dalam kategori setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden cukup setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada di variabel jaminan (X₃).

4. Variabel Empati

Pada variabel empati, berdasarkan persentasi jawaban responden pada kuesioner tersebut, maka diperoleh nilai rata-rata jawaban responden untuk setiap pernyataan yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Deskripsi Untuk Variabel Empati

No	Pernyataan	Rata-rata tanggapan responden	Kategori
1	X4.1	4,19	Setuju
2	X4.2	3,53	Setuju
3	X4.3	3,42	Setuju
4	X4.4	4,04	Setuju
5	X4.5	4,26	Sangat Setuju

Rata-rata	3,89	Setuju
------------------	-------------	---------------

Sumber: Data diolah, 2023

Dapat dipelajari dari tabel 4.9 diatas bahwa rata-rata responden menjawab setuju dalam kuesioner yang sudah dibuat. Item dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu X4_5 sebesar 4,26 dan yang terendah adalah X4_3 sebesar 3,42. Nilai rata-rata total dari kuesioner X₄ bernilai 3,89 yang dimana masuk dalam kategori setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada di variabel empati (X₄).

5. Variabel Bukti Fisik

Pada variabel bukti fisik, berdasarkan persentasi jawaban responden pada kuesioner tersebut, maka diperoleh nilai rata-rata jawaban responden untuk setiap pernyataan yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Deskripsi Untuk Variabel Bukti Fisik

No	Pernyataan	Rata-rata tanggapan responden	Kategori
1	X5.1	4,23	Sangat Setuju
2	X5.2	3,77	Setuju
3	X5.3	3,72	Setuju
4	X5.4	4,14	Setuju
5	X5.5	4,14	Setuju
Rata-rata		4,00	Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dapat dipelajari dari tabel 5.0 diatas bahwa rata-rata responden menjawab setuju dalam kuesioner yang sudah dibuat. Item dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu X5_1 sebesar 4,23 dan yang terendah adalah X5_3 sebesar 3,72. Nilai rata-rata total dari kuesioner X₅ bernilai 4,00 yang dimana masuk dalam kategori setuju. Maka dapat

disimpulkan bahwa rata-rata responden cukup setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada di variabel bukti fisik (X_5).

6. Variabel Kepuasan Pelanggan

Pada variabel kepuasan pelanggan, berdasarkan persentasi jawaban responden pada kuesioner tersebut, maka diperoleh nilai rata-rata jawaban responden untuk setiap pernyataan yang ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 5.1
Deskripsi Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Rata-rata tanggapan responden	Kategori
1	Y1.1	4,43	Sangat Setuju
2	Y1.2	4,36	Sangat Setuju
3	Y1.3	4,06	Setuju
4	Y1.4	4,10	Setuju
5	Y1.5	4,19	Setuju
Rata-rata		4,23	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah, 2023

Dapat dipelajari dari tabel 4.10 diatas bahwa rata-rata responden menjawab setuju dalam kuesioner yang sudah dibuat. Item dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu Y1_1 sebesar 4,43 dan yang terendah adalah Y1_3 sebesar 4,06. Nilai rata-rata total dari kuesioner Y_1 bernilai 4,23 yang dimana masuk dalam kategori sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden cukup setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada di variabel kepuasan pelanggan (Y_1).

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam kajian ini menggunakan Korelasi Pearson. Kenyataan selidik akan dipertimbangkan dan dikatakan sah jika sig (2-tailed) <0.05 dan *Pearson Correlation* adalah positif. Berikut adalah hasil uji validitas yang telah dikaji.

Tabel 4.11
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai r tabel	Nilai r Hitung	Keterangan
Reliabilitas (X₁)	X _{1.1}	0,207	0,787	Valid
	X _{1.2}	0,207	0,844	Valid
	X _{1.3}	0,207	0,814	Valid
	X _{1.4}	0,207	0,721	Valid
	X _{1.5}	0,207	0,690	Valid
Daya Tanggap (X₂)	X _{2.1}	0,207	0,710	Valid
	X _{2.2}	0,207	0,525	Valid
	X _{2.3}	0,207	0,577	Valid
	X _{2.4}	0,207	0,632	Valid
	X _{2.5}	0,207	0,453	Valid
Jaminan (X₃)	X _{3.1}	0,207	0,818	Valid
	X _{3.2}	0,207	0,743	Valid
	X _{3.3}	0,207	0,698	Valid
	X _{3.4}	0,207	0,792	Valid
	X _{3.5}	0,207	0,787	Valid
Empati (X₄)	X _{4.1}	0,207	0,529	Valid
	X _{4.2}	0,207	0,585	Valid
	X _{4.3}	0,207	0,484	Valid
	X _{4.4}	0,207	0,615	Valid
	X _{4.5}	0,207	0,620	Valid
Bukti Fisik (X₃)	X _{5.1}	0,207	0,531	Valid
	X _{5.2}	0,207	0,612	Valid
	X _{5.3}	0,207	0,531	Valid
	X _{5.4}	0,207	0,640	Valid

Variabel	Pernyataan	Nilai r tabel	Nilai r Hitung	Keterangan
	X _{5.5}	0,207	0,300	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y _{1.1}	0,207	0,647	Valid
	Y _{1.2}	0,207	0,644	Valid
	Y _{1.3}	0,207	0,722	Valid
	Y _{1.4}	0,207	0,829	Valid
	Y _{1.5}	0,207	0,724	Valid

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa setiap pernyataan pada penelitian ini memiliki nilai diatas r tabel 0,207 yang dimana lebih besar dari 0,207. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari uji validitas semua indikator dan pernyataan dari variabel penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam kajian ini menggunakan ujian statistik *Cronbach Alpha*. Data dikatakan boleh dipercayai jika nilai koefisien alpha (α) > 0.60. Berikut adalah hasil dari ujian reliabilitas pada tiap variabel penelitian yang ada:

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Reliabilitas (X ₁)	0,830	Reliabel
Daya Tanggap (X ₂)	0,690	Reliabel
Jaminan (X ₃)	0,810	Reliabel
Empati (X ₄)	0,657	Reliabel
Bukti Fisik (X ₃)	0,672	Reliabel
Kualitas Pelanggan (Y)	0,761	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.12 didapatkan hasil bahwa nilai *Alpha Cronbach* masing-masing variable diatas 0,60. Maka disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas adalah reliabel, karena nilai reliabililtas lebih dari 0,60.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas dalam kajian ini dijalankan menggunakan uji *One Sample of Kolmogrov Smirnov* (K-S) dengan syarat nilai kriterianya ialah > 0.05 . Berikut adalah keputusan ujian normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.13
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.31109680
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.999
Asymp. Sig. (2-tailed)		.271

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa nilai asymp. Signifikansi sebesar 0,271 lebih besar dari 5% (0,05) maka data tersebut berdistribusi normal, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dalam kajian ini dapat dilihat daripada *Variance Inflation Factor* (VIF) yang besar dan nilai Toleransi. Model regresi boleh dinyatakan bahawa tidak terdapat multikolineariti jika nilai VIF tidak melebihi 10 ($VIF < 10$) dan nilai Toleransi ialah > 0.10 . Berikut adalah keputusan ujian multikolinearitas pada penelitian yang ada:

Tabel 4.14
Uji Multikolinearitas

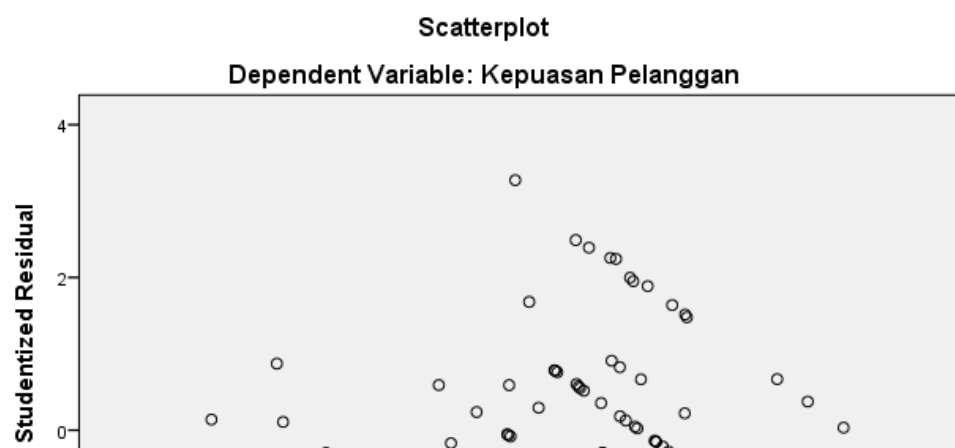
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.279	.435			
	Reliabilitas	.159	.070	.194	.760	1.315
	Daya Tanggap	.252	.092	.247	.690	1.450
	Jaminan	.052	.041	.095	.971	1.030
	Empati	.207	.082	.219	.741	1.349
	Bukti Fisik	.346	.093	.326	.736	1.360

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolinieritas, sehingga seluruh variabel bebas (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Adapun dasar untuk menganalisisnya adalah (1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, (2) Jika tidak ada serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini :



Sumber: Data Diolah, 2023

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selanjutnya pengujian dilakukan dengan uji Glejser yaitu meregresi masing-masing variabel independen dengan absolute residual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 5%.

2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada penelitian ini untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 terhadap variabel Y. berikut adalah hasil uji regresi linear berganda.

Tabel 4.15

Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.279	.435	
	Reliabilitas	.159	.070	.194

Daya Tanggap	.252	.092	.247
Jaminan	.052	.041	.095
Empati	.207	.082	.219
Bukti Fisik	.346	.093	.326

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel 4.15, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

$$Y = 0,279 + 0,159X_1 + 0,252X_2 + 0,052X_3 + 0,207X_4 + 0,346X_5 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,279 menyatakan bahwa jika reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,279.
2. Nilai koefisien regresi variabel reliabilitas (X_1) adalah sebesar 0,159 artinya apabila reliabilitas (X_1) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,159 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel daya tanggap (X_2) adalah sebesar 0,252 artinya apabila daya tanggap (X_2) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,252 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel jaminan (X_3) adalah sebesar 0,052 artinya apabila jaminan (X_3) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,052 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.
5. Nilai koefisien regresi variabel empati (X_4) adalah sebesar 0,207 artinya apabila empati (X_4) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,207 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

6. Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik (X_5) adalah sebesar 0,346 artinya apabila bukti fisik (X_5) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,346 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

E. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t atau uji sigifikansi individual digunakan untuk melihat apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan adalah membandingkan nilai signifikansi yang diperoleh pada tingkat signifikansi yang diberikan sebesar 0,05.

Tabel 4.16

Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	.279	.435	.642	.523
	Reliabilitas	.159	.070	2.265	.026
	Daya Tanggap	.252	.092	2.741	.007
	Jaminan	.052	.041	1.248	.215
	Empati	.207	.082	2.523	.014
	Bukti Fisik	.346	.093	3.739	.000

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai variabel reliabilitas (X_1) sebesar berada di bawah 0,05 yaitu 0,026 dan jika dilihat dari t hitung, reliabilitas memiliki nilai t hitung sebesar 2,265. Jadi berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya, dapat disimpulkan bahwa variabel Reliabilitas (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Nilai variabel daya tanggap (X_2) sebesar berada di bawah 0,05 yaitu 0,007 dan jika dilihat dari t hitung, daya tanggap memiliki nilai t hitung sebesar 2,741. Jadi

berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Nilai variabel jaminan (X_3) sebesar berada di atas 0,05 yaitu 0,215 dan jika dilihat dari t hitung, budaya organisasi memiliki nilai t hitung sebesar 1,248. Jadi berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya, dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
4. Nilai variabel empati (X_4) sebesar berada di bawah 0,05 yaitu 0,014 dan jika dilihat dari t hitung, budaya organisasi memiliki nilai t hitung sebesar 2,523. Jadi berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya, dapat disimpulkan bahwa variabel empati (X_4) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).
5. Nilai variabel bukti fisik (X_5) sebesar berada di bawah 0,05 yaitu 0,000 dan jika dilihat dari t hitung, budaya organisasi memiliki nilai t hitung sebesar 3,739. Jadi berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya, dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik (X_4) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Uji F

Uji F berguna untuk melihat sama ada model regresi boleh dilaksanakan atau tidak boleh dilaksanakan. Jika model regresi dikatakan boleh dilaksanakan, model regresi dinyatakan boleh dilaksanakan jika nilai signifikan ialah tabel F.

Tabel 4.17
Uji F

ANOVA ^a

Model		Sum of Squares	df	F	Sig.
1	Regression	9.722	5	18.963	.000 ^b
	Residual	8.614	84		
	Total	18.336	89		

Sumber: Data diolah, 2023

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 9,722 dengan tingkat sig 0,000 (di bawah 0,05). Berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya yang lebih kecil dari 0,05, maka disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel bebas yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Korelasi (R) digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang menggunakan analisis korelasi. Nilai R bervariasi dari -1 hingga 1 ($-1 \leq R \leq 1$). Koefisien Determinasi (R^2) berguna untuk mengukur seberapa besar kemampuan model regresi dalam hal menjelaskan variabel terikat.

Tabel 4.18

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.502	.32022

Sumber: Data diolah, 2023

Nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada kolom R diperoleh hasil sebesar 0,530 atau 53,0%. Hal ini menunjukkan minat berkunjung kembali dipengaruhi oleh reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik sebesar 53,0% yang berarti memiliki hubungan korelasi yang baik/kuat (Sugiyono, 2019). Sedangkan sisanya sebesar 47,0%

dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti variabel harga, citra merek, dan lain sebagainya.

F. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik secara simultan mempengaruhi minat berkunjung kembali yaitu sebesar 0,530 dan sisanya sebesar 53,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil uji F juga diketahui bahwa variabel bebas yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap perubahan yang terjadi pada reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik akan menyebabkan perubahan terhadap kepuasan pelanggan. Dari uji t dapat diketahui bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Pengaruh Reliabilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,026 < 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jadi dapat disimpulkan bahwa variabel reliabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi variabel reliabilitas (X_1) adalah sebesar 0,159 artinya apabila reliabilitas (X_1) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,159 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Novrianto (2019) dan Istianto (2021), yang menemukan adanya pengaruh antara variabel reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Reliabilitas adalah

ukuran sejauh mana suatu sistem, proses, atau metode dapat diandalkan atau memberikan hasil yang konsisten dan konsisten dalam berbagai situasi atau pengulangan. Ini adalah konsep yang sering digunakan dalam berbagai bidang, termasuk ilmu pengetahuan, teknik, bisnis, dan penelitian.

Reliabilitas yang tinggi menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap produk, layanan, atau merek. Pelanggan cenderung merasa lebih yakin dan nyaman dalam melakukan transaksi atau menggunakan produk/jasa yang dapat diandalkan. Kepercayaan yang kuat ini berkontribusi pada kepuasan pelanggan karena mereka merasa bahwa mereka dapat mengandalkan perusahaan atau merek tersebut untuk memenuhi janji dan memberikan pengalaman yang konsisten. Reliabilitas yang tinggi berarti konsistensi dalam pengalaman pelanggan. Pelanggan menginginkan pengalaman yang dapat diandalkan dan tidak ingin mengalami ketidakpastian atau kejutan negatif. Ketika perusahaan atau merek dapat secara konsisten memberikan produk atau layanan yang berkualitas, sesuai dengan harapan, dan tanpa kesalahan yang sering terjadi, pelanggan cenderung merasa puas dengan pengalaman mereka.

2. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,007 < 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jadi dapat disimpulkan bahwa daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi variabel daya tanggap (X_2) adalah sebesar 0,252 artinya apabila daya tanggap (X_2) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,252 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap, begitu juga sebaliknya.

Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Budiman Triptono (2016:138), yang menemukan bahwa ada hubungan antara daya tanggap berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap, dalam konteks bisnis atau layanan pelanggan, mengacu pada kemampuan perusahaan atau organisasi untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap kebutuhan, permintaan, atau masalah pelanggan. Hal ini melibatkan sikap yang proaktif dan responsif terhadap pertanyaan, masukan, keluhan, atau permintaan yang diajukan oleh pelanggan. Daya tanggap yang baik dapat menjadi faktor diferensiasi yang signifikan dari persaingan. Jika perusahaan dapat menonjol dengan daya tanggap yang unggul, pelanggan cenderung memilih perusahaan tersebut daripada pesaing yang mungkin kurang tanggap. Ini memberikan keunggulan kompetitif dan dapat membantu perusahaan memenangkan dan mempertahankan pangsa pasar.

3. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,215 > 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih besar dari 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi variabel jaminan (X_3) adalah sebesar 0,052 artinya apabila jaminan (X_3) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) tidak mengalami kenaikan sebesar 0,052 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap, begitu juga sebaliknya.

Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang telah dilakukan Yansah, hartono, dan haryono (2022), yang menemukan bahwa ada pengaruh antara jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan adalah langkah-langkah atau kebijakan yang diadopsi oleh perusahaan atau organisasi untuk memberikan jaminan bahwa pelanggan akan puas dengan produk, layanan, atau pengalaman yang mereka terima. Tujuan dari jaminan kepuasan pelanggan adalah untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan bahwa perusahaan bertanggung jawab dan siap untuk memenuhi atau melebihi harapan mereka.

4. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,014 < 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jadi dapat disimpulkan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi variabel empati (X_4) adalah sebesar 0,207 artinya apabila empati (X_4) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,207 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap, begitu juga sebaliknya.

Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Yansah, hartono, dan haryono (2022), yang menemukan bahwa ada hubungan antara empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Empati memungkinkan perusahaan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih personal. Dengan memahami pelanggan secara individu, perusahaan dapat menyediakan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Ini menciptakan rasa khusus dan perhatian terhadap pelanggan, yang meningkatkan kepuasan mereka. Pelanggan merasa dihargai sebagai individu, bukan sekadar nomor atau pelanggan yang tidak diperhatikan. Empati memainkan peran penting dalam menyelesaikan masalah pelanggan dengan baik. Dengan memahami dan merasakan perasaan pelanggan, perusahaan dapat memberikan solusi yang lebih efektif dan memadai. Perusahaan dapat menunjukkan perhatian yang tulus terhadap masalah yang dihadapi pelanggan dan bekerja sama dengan mereka untuk menemukan solusi yang memuaskan. Ini membantu mengurangi frustrasi pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

5. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0

ditolak dan H_a diterima jadi dapat disimpulkan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik (X_5) adalah sebesar 0,346 artinya apabila bukti fisik (X_5) berubah satu satuan, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,346 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap, begitu juga sebaliknya.

Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan Utami (2020), yang menemukan bahwa ada hubungan antara bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merujuk pada aspek-aspek konkret yang dapat dilihat, diraba, atau dialami oleh pelanggan yang berkontribusi pada kepuasan mereka terhadap suatu produk atau layanan. Bukti fisik ini penting karena dapat memberikan kesan positif atau negatif kepada pelanggan dan mempengaruhi persepsi mereka tentang kualitas dan nilai yang diberikan. Penting untuk diingat bahwa bukti fisik ini harus selaras dengan ekspektasi pelanggan dan menyediakan nilai tambah yang signifikan. Memahami preferensi pelanggan dan memastikan bukti fisik yang dihadirkan sesuai dengan harapan mereka dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan.

6. Pengaruh Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima jadi dapat disimpulkan bahwa variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai F hitung sebesar 9,722 dengan tingkat sig 0,000 (di bawah 0,05). Berdasarkan tingkat probabilitas signifikansinya yang lebih kecil dari 0,05, maka disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel bebas yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan mempunyai

pengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan (Y).

reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan. Kelima faktor tersebut saling terkait dan dapat mempengaruhi satu sama lain. Secara simultan, kelima faktor tersebut dapat saling mempengaruhi satu sama lain. Sebagai contoh, reliabilitas yang tinggi menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap produk, layanan, atau merek. Daya tanggap yang baik dapat menjadi faktor diferensiasi yang signifikan dari persaingan. Jika perusahaan dapat menonjol dengan daya tanggap yang unggul, pelanggan cenderung memilih perusahaan tersebut daripada pesaing yang mungkin kurang tanggap.

Dalam kesimpulannya, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Timberland Pakuwon Mall Surabaya perlu memperhatikan faktor-faktor ini dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa senang dan puas dengan reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik cenderung akan kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain.