



# PEMAKALAH

Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah



## PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD TUMANGGOR PEMATANG SIANTAR

Anita Damayanti Sitinjak<sup>1)\*</sup>, Efendi<sup>2)</sup>, Marisi Butarbutar<sup>3)</sup>, Lora E. Nainggolan<sup>4)</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung. Jalan Surabaya No. 19, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

\*E-mail: anitapanja2094@gmail.com

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui gambaran kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar. 2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini dilakukan melalui menggunakan desain penelitian kepustakaan dan lapangan. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh 70 orang pelanggan. Adapun jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian dapat disimpulkan: 1. Kepercayaan, kualitas pelayanan sudah baik dan kepuasan pelanggan sudah puas. 2. Terdapat pengaruh yang positif antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara simultan maupun parsial. 3. Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kepercayaan dan kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan. Tinggi rendahnya kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan kualitas pelayanan. 4. Hipotesis  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar baik secara simultan maupun parsial.

**Kata kunci:** Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*The objectives of this study are: 1. To determine the description of trust, service quality and customer satisfaction at UD Tumanggor Pematang Siantar. 2. To determine the effect of trust, service quality on customer satisfaction at UD Tumanggor Pematang Siantar both simultaneously and partially. This research was conducted using library and field research designs. The population in this study were all 70 customers. The types of data used are qualitative data and quantitative data. Data collection was carried out by questionnaire, interview and documentation. The instrument test used is the validity test and reliability test. The analysis techniques used are normality test, qualitative descriptive analysis and quantitative descriptive analysis. The results of the study can be concluded: 1. Trust, service quality is good and customer satisfaction is satisfied. 2. There is a positive influence between trust and service quality on customer satisfaction both simultaneously and partially. 3. There is a strong and positive relationship between trust and service quality with customer satisfaction. 4. The  $H_0$  hypothesis is rejected, meaning that there is a positive and significant influence between trust and service quality on customer satisfaction at UD Tumanggor Pematang Siantar both simultaneously and partially.*

*Keywords: Trust, Service Quality, Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

UD Tumanggor merupakan salah satu UMKM yang ada di Kota Pematang Siantar. UD Tumanggor Pematang Siantar menjual bahan-bahan untuk pembuatan ulos bagi para pekerja tenun. UD Tumanggor Pematang Siantar menyediakan jasa penggulungan benang atau yang sering disebut melalui lalatan serta menjual berbagai jenis benang. Kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan. Faktor kepuasan merupakan hal yang krusial bagi UD Tumanggor Pematang Siantar dikarenakan hal ini akan menjadi tolak ukur sampai sejauh mana usaha tersebut dapat bertahan. Aspek kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar dapat dilihat dari kualitas produk, harga, faktor emosional dan biaya.

Berdasarkan hasil wawancara melalui 5 orang pelanggan UD Tumanggor Pematang Siantar, kepuasan pelanggan masih belum optimal. Pada aspek kualitas produk dimana pelanggan merasa kurang puas karena lalatan (produk gulungan benang) yang sudah siap terkadang kusut dan mudah putus. Fenomena kepuasan pelanggan UD Tumanggor juga dapat dilihat pada aspek biaya dimana para pelanggan harus mengantarkan lalatan sendiri ke UD Tumanggor Pematang Siantar karena tidak ada layanan antar jemput yang disediakan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kepercayaan. Hal ini sejalan melalui hasil penelitian (Meliana, Sulistiono and Setiawan, 2013), yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan pelanggan UD Tumanggor Pematang Siantar dapat dilihat dari aspek *ability* (kemampuan), *benevolence* (kebaikan hati) dan *integrity* (integritas).

Berdasarkan hasil wawancara melalui 5 orang pelanggan UD Tumanggor Pematang Siantar, kepercayaan belum optimal. Pada aspek *integrity* (integritas), ditemukan

beberapa pelanggan merasa kecewa oleh pelayanan yang diberikan UD Tumanggor Pematang Siantar. Hal ini terjadi karena sering terjadi keterlambatan waktu dalam penyelesaian lalatan (produk gulungan benang). Selanjutnya pada aspek *ability* (kemampuan), di mana masih dijumpai beberapa pesanan pelanggan tidak sesuai melalui yang diinginkan pelanggan seperti lalatan yang sudah siap terlalu lebar sehingga pelanggan merasa kecewa dan tidak puas.

Selain kepercayaan, faktor lain yang diindikasikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Hal ini sejalan melalui penelitian (Sinaga *et al.*, 2018), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan UD Tumanggor Pematang Siantar dapat dilihat dari aspek *tangibility*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance* atau keyakinan.

Berdasarkan hasil wawancara melalui 5 orang pelanggan UD Tumanggor, kualitas pelayanan masih belum maksimal. Pada aspek *tangibility*, dikarenakan tempat usaha UD Tumanggor banyak terdapat barang yang berantakan, benang-benang tidak tertata melalui rapi sesuai melalui warna dan kurangnya kebersihan di tempat sehingga pelanggan merasa tidak nyaman. Selanjutnya pada aspek *responsiveness*, di mana ketika pelanggan mengajukan komplain sering diabaikan dan ketika disuruh untuk memperbaiki lalatan harus menunggu melalui waktu yang lama.

Sesuai melalui uraian latar belakang masalah diatas, terlihat adanya ketidaksesuaian antara apa yang diharapkan melalui apa yang terjadi dilapangan mengenai kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga penulis tertarik melakukan penelitian ini.

## LANDASAN TEORI

### Manajemen

Menurut (Dwi *et al.*, 2022), manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian,

pengoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien.

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut (Suyuti *et al.*, 2020), manajemen pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam suatu bisnis karena berkaitan melalui pengelolaan semua aktivitas pemasaran suatu organisasi.

### **Kepercayaan**

Menurut (Ronaldo, 2021), kepercayaan didefinisikan sebagai suatu harapan pelanggan bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Andriasan, 2016), kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Puspaningrum, 2017), kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan setelah pemakaiannya.

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dari hasil penelitian oleh (Meliana, Sulistiono and Setiawan, 2013), menunjukkan hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka dari itu guna selalu meyakinkan pelanggan, penyedia jasa wajib menciptakan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, supaya pelanggan mau dan yakin dalam memberikan rasa percaya mereka kepada perusahaan terhadap apa yang sudah mereka bayar agar sesuai melalui apa yang mereka harapkan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian (Sinaga *et al.*, 2018), menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggan yang membeli

produk agar pelanggan merasa puas. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo and Soekotjo, 2018), menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian diatas, penulis menyimpulkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **METODE**

Tempat penelitian yang dilakukan di UD Tumanggor Pematang Siantar, yang beralamat di jalan Sekka Nauli, Kel. Bane, Kec. Siantar Utara, Kota Pematang Siantar. Populasi penelitian ini adalah Pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar sebanyak 70 orang yang diambil dari buku data pelanggan UD Tumanggor Pematang Siantar. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yakni uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil data yang diperoleh penulis dari lapangan dia alisis secara deskriptif kualitatif serta deskriptif kuantitatif.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Analisis Deskriptif Kualitatif**

Melalui menggunakan rumus berikut, kelas interval memiliki taraf untuk menentukan bobot rata-rata tanggapan responden sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Bobot Interval dan Kategori Taraf Respon Responden**

Bobot Interval	Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan
4,21 – 5,00	Sangat Baik (SB)
3,41 – 4,20	Baik (B)
2,61 – 3,40	Cukup Baik (CB)
1,81 – 2,60	Tidak Baik (TB)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

#### **Gambaran Kepercayaan**

Pada aspek *ability* untuk parameter jaminan yang diberikan memiliki bobot

rataan 3,99 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari pihak toko memberikan jaminan kepada pelanggan apabila menerima produk yang tidak sesuai perjanjian di awal seperti dapat memulangkan produk kembali ke toko dan mendapatkan produk sesuai keinginannya. Parameter keterampilan yang dimiliki memiliki bobot rata-rata 3,31 melalui taraf respon cukup baik, hal ini dikarenakan masih dijumpai beberapa pesanan pelanggan tidak sesuai melalui yang diinginkan pelanggan seperti lalatan yang sudah siap terlalu lebar sehingga pelanggan merasa kecewa dan tidak puas. Selanjutnya parameter kemampuan daya saing yang dimiliki memiliki bobot rata-rata 3,97 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari produk yang dihasilkan mereka sudah bagus dan sudah bisa untuk bersaing melalui pengusaha lainnya dibidang kain ulos.

Aspek *benevolence* untuk parameter perhatian yang diberikan kepada pelanggan memiliki bobot rata-rata 4,04 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari beberapa pekerja sudah bisa memberikan pelayanan dan perhatian yang baik kepada pelanggannya. Parameter sikap rasa berbagi yang disampaikan karyawan memiliki bobot rata-rata 3,80 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari beberapa karyawan yang mau berbagi informasi untuk menjaga ulos tersebut agar terlihat bagus dan sempurna kepada pelanggannya. Selanjutnya parameter bentuk tindakan yang dapat diharapkan pelanggan memiliki bobot rata-rata 3,91 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang selalu memberikan tindakan yang dapat memuaskan pelanggannya seperti merespon melalui cepat apapun keluhan pelanggannya.

Selanjutnya aspek *integrity* di parameter kejujuran yang diterapkan memiliki bobot rata-rata 3,91 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari para karyawan yang sudah dapat bekerja melalui baik dan jujur kepada pelanggan dan mereka tidak mau mengambil apapun yang bukan hak mereka. Parameter pemenuhan kebutuhan yang ditawarkan memiliki bobot rata-rata 3,26 melalui taraf respon cukup baik,

hal ini dikarenakan masih ada kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi seperti pelanggan merasa kecewa oleh pelayanan yang diberikan UD Tumanggor Pematang Siantar karena sering terjadi keterlambatan waktu dalam penyelesaian lalatan (produk gulungan benang). Selanjutnya parameter tanggung jawab yang diberikan memiliki bobot rata-rata 4,13 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari pihak toko selalu bertanggung jawab atas produk yang telah dibuat oleh mereka.

Dari keseluruhan total respon responden mengenai kepercayaan mendapat bobot rata-rata sebesar 3,81 melalui taraf respon baik. Kemudian untuk bobot rata-rata tertinggi sebesar 4,13 melalui taraf respon baik pada aspek *integrity* untuk parameter tanggung jawab yang diberikan. Sedangkan bobot rata-rata terendah sebesar 3,26 melalui taraf respon cukup baik pada aspek *integrity* untuk parameter pemenuhan kebutuhan yang ditawarkan.

### **Gambaran Kualitas Pelayanan**

Pada aspek *tangibility* untuk parameter tanggapan tentang perawatan dan kebersihan yang disediakan memiliki bobot rata-rata 3,39 melalui taraf cukup baik, hal ini dikarenakan banyak terdapat barang yang berantakan, benang-benang tidak tertata melalui rapi sesuai melalui warna dan kurangnya kebersihan di tempat sehingga pelanggan merasa tidak nyaman. Parameter sikap karyawan dalam melayani memiliki bobot rata-rata 4,01 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang telah melakukan pelayanan yang baik seperti mereka melalui sabar melakukan pelayanan kepada pelanggan. Selanjutnya perlengkapan kerja yang digunakan karyawan memiliki bobot rata-rata 3,91 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang selalu berpakaian lengkap dan sesuai melalui yang telah ditentukan pada saat bekerja.

Aspek *emphaty* untuk parameter kepedulian karyawan kepada pelanggan memiliki bobot rata-rata 3,76 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang selalu menanyakan apakah pelanggan

puas melalui produk yang mereka terima. Parameter ketelitian karyawan terhadap pesanan memiliki bobot rata-rata 4,09 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang selalu teliti dan memperhatikan melalui benar prosedur pembuatan produk tersebut agar tidak terjadi kesalahan. Parameter kepekaan karyawan atas keinginan pelanggan memiliki bobot rata-rata 4,03 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang telah mengerti keinginan pelanggan dan memastikan produk yang mereka inginkan sesuai melalui yang mereka terima.

Untuk aspek *responsiveness* di parameter respon karyawan terhadap keluhan memiliki bobot rata-rata 3,36 melalui taraf respon cukup baik, hal ini dikarenakan ketika pelanggan mengajukan komplain sering diabaikan dan ketika disuruh untuk memperbaiki lalatan harus menunggu melalui waktu yang lama. Parameter ketanggapan karyawan akan kebutuhan pelanggan memiliki bobot rata-rata 4,17 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari beberapa karyawan yang selalu menanggapi pelanggan melalui baik dan ramah atas apa yang mereka butuhkan. Selanjutnya parameter kesigapan karyawan kepada pelanggan memiliki bobot rata-rata 3,93 melalui taraf respon baik, hal ini karena karyawan di toko selalu sigap ketika pelanggan membutuhkan mereka.

Untuk aspek *reliability* di parameter tanggapan anda tentang kemampuan karyawan memiliki bobot rata-rata 3,89 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari beberapa pelanggan yang mebobot kemampuan karyawan dalam melayani mereka sudah baik. Parameter tanggapan tentang kecekatan karyawan memiliki bobot rata-rata 3,81 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari pelanggan mebobot beberapa karyawan telah melakukan pekerjaan melalui baik dan cukup cekatan dalam melayani mereka. Selanjutnya parameter ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan memiliki bobot rata-rata 4,31 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari

karyawan yang selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Selanjutnya aspek *assurance* atau *jaminan* untuk parameter kesopanan karyawan dalam melayani memiliki bobot rata-rata 4,03 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari beberapa karyawan yang memiliki sikap yang baik dan sopan ketika melayani pelanggan. Parameter jaminan waktu dalam pelayanan yang diberikan memiliki bobot rata-rata 3,89 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan yang memberikan jaminan kepada pelanggan apabila waktu yang telah dijanjikan tidak sesuai dan produk yang mereka terima menjadi lama. Selanjutnya parameter kepercayaan pada karyawan mengenai pesanan yang diterima memiliki bobot rata-rata 3,99 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari pelanggan yang telah memberikan kepercayaan penuh kepada karyawan untuk pesanan yang diberikannya kepada karyawan.

Dari seluruh total respon responden mengenai kualitas pelayanan mendapat bobot rata-rata sebesar 3,90 melalui taraf respon baik. Kemudian bobot rata-rata tertinggi sebesar 4,31 melalui taraf respon baik berada pada aspek *reliability* pada parameter sikap ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan. Sedangkan bobot rata-rata terendah sebesar 3,36 melalui taraf respon cukup baik berada pada aspek *responsiveness* diparameter respon karyawan terhadap keluhan.

### **Gambaran Kepuasan Pelanggan**

Pada aspek kualitas produk di parameter kualitas produk yang ada memiliki bobot rata-rata 3,39 melalui taraf respon cukup baik, hal ini dikarenakan pelanggan merasa kurang puas karena lalatan (produk gulungan benang) yang sudah siap terkadang kusut dan mudah putus. Di parameter kesesuaian harga produk melalui daya saing yang ditetapkan memiliki bobot rata-rata 4,03 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari harga yang ditetapkan telah sesuai melalui daya saing produk yang ada pada saat ini. Selanjutnya parameter kesesuaian produk yang diberikan memiliki

bobot rata-rata 4,16 melalui taraf respon baik, hal ini karena produk yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai melalui produk yang dipesan oleh si pelanggan.

Selanjutnya aspek harga diparameter kesesuaian harga melalui pesaing memiliki bobot rata-rata 3,99 melalui taraf respon baik, hal ini sudah terlihat dari harga yang terdapat pada toko telah sesuai melalui harga ditoko lainnya serta sudah dapat bersaing melalui harga yang terdapat pada toko lainnya. Parameter harga yang ditawarkan memiliki bobot rata-rata 4,01 melalui taraf respon baik, hal ini sudah terlihat dari harga yang ditawarkan oleh toko standart dan tidak terlalu mahal dan sesuai melalui harga pasaran pada saat itu. Selanjutnya parameter kesesuaian harga melalui produk yang diberikan memiliki bobot rata-rata 3,97 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari harga yang ditawarkan menurut pelanggan telah sesuai melalui produk yang mereka terima dari toko.

Aspek faktor emosional di parameter kebanggaan yang dimiliki pelanggan terhadap toko memiliki bobot rata-rata 4,03 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari pelayanan dan produk yang unggul selalu diutamakan di toko tersebut dan itu membuat pelanggan bangga terhadap toko. Parameter standart pelayanan yang diberikan memiliki bobot rata-rata 4,07 melalui taraf respon baik, hal ini terlihat dari karyawan melakukan pelayanan melalui baik yang sesuai melalui standart yang telah ditetapkan oleh toko. Selanjutnya parameter kesesuaian kualitas produk yang diharapkan memiliki bobot rata-rata 4,09 melalui taraf respon baik, hal ini menurut pelanggan kualitas produk yang diberikan oleh toko sudah sesuai melalui harapan yang diinginkan pelanggan tersebut.

Selanjutnya aspek biaya diparameter kepuasan anda mengenai biaya pengangkutan yang diberikan memiliki bobot rata-rata 2,96 melalui taraf respon baik, hal ini dikarenakan belum tersedianya jasa pengangkutan dari toko dan para pelanggan harus mengantarkan lalatan sendiri ke UD

Tumanggor Pematang Siantar. Parameter garansi produk yang salah memiliki bobot rata-rata 4,14 melalui taraf respon baik, hal ini karena pihak toko memberikan pemulangan biaya apabila produk yang diterima pelanggan tidak sesuai melalui yang mereka pesan. Selanjutnya parameter kemudahan akses memiliki bobot rata-rata 3,79 melalui taraf respon baik, hal ini karena akses yang terdapat pada toko cukup mudah dan tidak terlalu sulit untuk melakukan kunjungan ke toko tersebut.

Secara keseluruhan dari total respon responden mengenai kepuasan pelanggan memiliki bobot rata-rata sebesar 3,89 melalui taraf respon baik. Untuk bobot rata-rata tertinggi sebesar 4,16 melalui taraf respon baik pada aspek kualitas produk pada parameter kesesuaian produk yang dipesan melalui yang diterima. Dan untuk bobot rata-rata terendah sebesar 2,96 melalui taraf respon cukup baik pada aspek biaya pada parameter kepuasan anda mengenai biaya pengangkutan yang diberikan.

### Analisis Deskriptif Kuantitatif

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	23,215	3,669	
Kepercayaan <sup>1</sup>	.347	.112	.352
Kualitas Pelayanan	.196	.064	.351

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 23,215 + 0,347X_1 + 0,196X_2$ , artinya jika kepercayaan naik satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,347 dan jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,196 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar.

## Regresi Linier Sederhana Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

**Tabel 3**  
**Hasil Regresi Linier Sederhana  
Kepercayaan terhadap Kepuasan  
Pelanggan**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	28,300	3,477	
<sup>1</sup> Kepercayaan	,533	,101	,541

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 28,300 + 0,533X$  artinya jika kepercayaan naik satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,533 satuan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar.

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

**Tabel 4**  
**Hasil Regresi Linier Sederhana Kualitas  
Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	28,973	3,353	
<sup>1</sup> Kualitas Pelayanan	,301	,057	,540

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

$\hat{Y} = 28,973 + 0,301X$  artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,301 satuan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar.

## Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

**Tabel 5**  
**Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan  
melalui Kepuasan Pelanggan**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,617 <sup>a</sup>	,380	,362	3,030

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Menurut korelasi ( $r$ ) = 0,617 yang artinya terdapat hubungan yang kuat antara kepercayaan dan kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar. Kemudian diperoleh bobot koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,380, artinya kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar dapat dijelaskan oleh kepercayaan dan kualitas pelayanan sebesar 38,0%, sedangkan sisanya sebesar 62,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 6**  
**Kepercayaan melalui Kepuasan  
Pelanggan**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,541 <sup>a</sup>	,292	,282	3,214

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Bobot korelasi ( $r$ ) = 0,541 yang artinya terdapat hubungan yang sedang antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar. Kemudian diperoleh bobot koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,292, artinya kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar dapat dijelaskan oleh kepercayaan sebesar 29,2%, sedangkan sisanya sebesar 70,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 7**  
**Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Pelanggan**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,540 <sup>a</sup>	,291	,282	3,215

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Bobot korelasiml(r) = 0,540 yang artinya terdapat hubungan yang sedang antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar. Kemudian diperoleh bobot koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,291, artinya kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 29,1%, sedangkan sisanya sebesar 70,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 8**  
**Hasil Uji F Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ANOVA**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377,448	2	188,724	20,556	,000 <sup>b</sup>
	Residual	615,137	67	9,181		
	Total	992,586	69			

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengelolaan data (2023)

Bobot  $F_{hitung}$  melalui  $dk = n-k-1$  ( $70-2-1=67$ ) sebesar  $20,556 > F_{tabel}$  melalui ( $0,05 ; 2$  vs  $67$ ) sebesar 3,13 atau melalui signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji t Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	8,140	,000
	Kepercayaan	5,300	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Diperoleh  $t_{hitung}$  pada variabel kepercayaan sebesar  $5,300 > t_{tabel}$  melalui  $dk = n-k-1$  ( $70-1-1=68$ ) sebesar 1,995 atau taraf signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar. Hal ini sesuai melalui hasil penelitian (Meliana, Sulistiono and Setiawan, 2013).

**Tabel 10**  
**Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	8,640	,000
	Kualitas Pelayanan	5,296	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil pengolahan data (2023)

Diperoleh  $t_{hitung}$  pada variabel kualitas pelayanan sebesar  $5,296 > t_{tabel}$  melalui  $dk = n-k-1$  ( $70-1-1=68$ ) sebesar 1,995 atau taraf signifikansi  $0,000 < \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar. Hal ini sesuai melalui hasil penelitian Levy and Weitz (Sinaga *et al.*, 2018).

#### Evaluasi Kepercayaan

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata 3,81 melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih

rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek *ability* untuk parameter keterampilan yang dimiliki oleh karyawan berada pada bobot rata-rata 3,31 melalui taraf respon cukup baik, cara mengatasi hal ini sebaiknya pemilik toko dapat lebih mengasah keterampilan karyawannya terutama karyawan yang masih baru bekerja agar lebih terampil dan lebih bisa mengerjakan produk yang ditugaskan kepadanya tanpa ada kesalahan baik dari ukuran maupun bentuk agar pelanggan yang memesan dapat puas akan hasil produk yang diberikan kepadanya.

Pada aspek *benevolence* di parameter sikap rasa berbagi yang disampaikan karyawan berada pada bobot rata-rata 3,80 melalui taraf respon baik, dalam hal ini agak kedepannya karyawan selalu bisa menerapkan sikap rasa berbagi kepada karyawan dan memberikan sikap yang baik ketika melayani pelanggan.

Selanjutnya aspek *integrity* untuk parameter pemenuhan kebutuhan yang ditawarkan berada pada bobot rata-rata 3,26 melalui taraf respon cukup baik, cara mengatasi hal ini sebaiknya pemilik toko dapat menegur karyawannya yang bekerja tidak sesuai melalui peraturan yang telah ditetapkan seperti memberikan pelayanan yang buruk atau bekerja tidak bersungguh-sungguh agar kedepannya bisa memperbaiki sifat tersebut dan bisa bekerja melalui lebih baik lagi agar pemenuhan kebutuhan pelanggan semua terpenuhi dan barang pesanan selesai sesuai melalui waktu yang dijanjikan.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa kepercayaan pada UD Tumanggor Pematang Siantar sudah dikatakan baik. Walaupun sudah dikatakan baik, namun sebaiknya pemilik toko dapat memperhatikan kembali kinerja karyawannya apakah telah melakukan pelayanan melalui baik atau tidak. Selain cara di atas, untuk meningkatkan kepercayaan dapat dilakukan melalui memperhatikan aspek kepercayaan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh (Ayu et

al., 2022), diantaranya adalah *ability*, *benevolence* dan *integrity*.

### **Evaluasi Kualitas Pelayanan**

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata 3,90 melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Pada aspek *tangibility* untuk parameter tanggapan anda tentang perawatan dan kebersihan yang disediakan berada pada bobot rata-rata 3,39 melalui taraf respon cukup baik, cara mengatasi hal ini sebaiknya pemilik toko melalui tegas memberikan tugas kepada karyawannya secara bergantian untuk membersihkan dan membereskan toko agar kelihatan bersih dan rapi sehingga pelanggan yang datang pun akan merasa nyaman dan toko pun terlihat lebih rapi. Aspek *emphaty* untuk parameter kepedulian karyawan kepada pelanggan berada pada bobot rata-rata 3,76 melalui taraf respon baik, dalam hal ini agar kedepannya karyawan dapat mempertahankan sikap yang baik ketika melayani pelanggannya.

Kemudian untuk aspek *responsiveness* untuk parameter respon terhadap keluhan pelanggan berada pada bobot rata-rata 3,36 melalui taraf respon cukup baik, cara mengatasi hal ini sebaiknya pemilik toko dapat menegur karyawan yang belum bisa bekerja melalui baik seperti kurang mendengarkan keluhan pelanggan dan memberikan sanksi seperti potong gaji apabila mereka tidak melakukan pelayanan melalui benar kepada pelanggan agar kedepannya mereka dapat bekerja lebih baik dan pelanggan tidak menunggu terlalu lama untuk mengajukan keluhan kepada karyawan.

Selanjutnya aspek *reliability* untuk parameter tanggapan tentang kemampuan karyawan berada pada bobot rata-rata 3,89 melalui taraf respon baik, dalam hal ini agar diharapkan kedepannya agar karyawan dapat menambah kemampuannya dalam bekerja di toko tersebut. Parameter tanggapan tentang kecekatan karyawan dalam memberikan

pelayanan memiliki bobot rata-rata 3,81 melalui taraf respon baik, dalam hal ini agar kedepannya karyawan dapat mempertahankan kinerja baiknya dan diharapkan dapat selalu cekatan ketika memberikan pelayanan.

Selanjutnya aspek *assurance* untuk parameter jaminan waktu dalam pelayanan yang diberikan berada pada bobot rata-rata 3,89 melalui taraf respon baik, dalam hal ini diharapkan kedepannya agar karyawan dapat mempersingkat waktu ketika melakukan pelayanan dan tidak membuat pelanggan menunggu terlalu lama.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa kualitas pelayanan pada UD Tumanggor Pematang Siantar sudah dikatakan baik. Walaupun sudah dikatakan baik, namun sebaiknya pemilik toko memperhatikan kembali kinerja karyawannya apakah telah melakukan pelayanan melalui baik atau tidak. Selain cara di atas, untuk meningkatkan kualitas pelayanan dapat dilakukan melalui memperhatikan aspek kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh (Rambat 2013), diantaranya adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

### **Evaluasi Kepuasan Pelanggan**

Menurut hasil aspek yang digunakan dalam penelitian ini, hasil yang terbukti dari hasil kuesioner yang diperoleh bobot rata-rata 3,89 melalui taraf respon baik. Namun masih ada sebagian parameter melalui bobot lebih rendah dari rata-rata untuk meningkatkan hasilnya.

Aspek kualitas produk untuk parameter kualitas produk yang digunakan berada pada bobot rata-rata 3,39 melalui taraf respon cukup baik, cara mengatasi hal ini sebaiknya pemilik toko dapat lebih meningkatkan kualitas produknya seperti menggunakan peralatan yang baik dan tidak mudah putus dan karyawan dapat lebih mudah melakukan pengerjaan produk dikarenakan alat-alatnya sudah diperbaharui.

Selanjutnya aspek biaya untuk parameter kepuasan anda mengenai biaya pengangkutan yang diberikan berada pada

bobot rata-rata 2,96 melalui taraf respon cukup baik, cara mengatasi hal ini sebaiknya pemilik toko dapat menyediakan jasa pengiriman produk untuk daerah sekitar dan menambahkan biaya lebih untuk pengiriman produk ke daerah yang cukup jauh dari toko agar pelanggan merasa nyaman dan tidak perlu harus ketoko untuk menjemput dan mengantar produk yang ingin mereka pesan. Selanjutnya parameter kemudahan menuju akses ke lokasi berada pada bobot rata-rata 3,79 melalui taraf respon baik, dalam hal ini agar kedepannya pemilik usaha dapat terus menerapkan petunjuk arah untuk kelokasi agar para pelanggan yang ingin menuju kesana tidak kesulitan dan mudah untuk menemukan lokasi usaha tersebut.

Dari uraian di atas terlihat bahwa kepuasan pelanggan pada UD Tumanggor Pematang Siantar sudah dikatakan baik. Namun sebaiknya pemilik toko dapat mengoreksi kembali mulai dari persiapan produk sampai melalui produk tersebut sudah jadi dan diterima oleh pelanggan apakah sudah pas dan tidak terjadi kesalahan apapun. Selain itu, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui memperhatikan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh (Adhari, 2021), diantaranya adalah kualitas produk, faktor emosional, harga serta biaya dan kemudahan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Hasil analisis deskriptif kualitatif mengenai kepercayaan memperoleh hasil melalui taraf respon baik. Kemudian bobot rata-rata tertinggi terdapat pada aspek *integrity* untuk parameter tanggung jawab. Sedangkan bobot rata-rata terendah melalui taraf respon cukup baik berada pada aspek *integrity* untuk parameter pemenuhan kebutuhan.
2. Hasil analisis deskriptif kualitatif mengenai kualitas pelayanan diperoleh hasil melalui taraf respon baik. Kemudian bobot rata-rata tertinggi terdapat pada aspek *reliability* untuk

- parameter kemampuan karyawan. Sedangkan bobot rata-rata terendah melalui taraf respon cukup baik berada pada aspek *responsiveness* untuk parameter menanggapi keluhan pelanggan.
3. Hasil analisis deskriptif kualitatif mengenai kepuasan pelanggan diperoleh melalui bobot respon baik. Kemudian bobot rata-rata tertinggi terdapat pada aspek kualitas produk untuk parameter kesesuaian produk melalui spesifikasi. Sedangkan bobot rata-rata terendah melalui taraf respon cukup baik berada pada aspek biaya untuk parameter biaya pengangkutan.
  4. Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UD Tumanggor baik secara simultan maupun parsial.
  5. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UD Tumanggor, kemudian diperoleh bobot koefisien determinasi menunjukkan bahwa kepuasan UD Tumanggor dapat dijelaskan pelanggan oleh kepercayaan dan kualitas pelayanan.
  6. Hasil pengujian uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Tumanggor.
  7. Hasil pengujian uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan UD Tumanggor secara parsial.

### Saran

1. Untuk meningkatkan kepercayaan, sebaiknya UD Tumanggor dapat lebih mengasah keterampilan karyawannya terutama karyawan yang masih baru bekerja agar lebih terampil dan lebih bisa mengerjakan produk yang ditugaskan kepadanya dan apabila terjadi kesalahan ketika menyediakan barang pesanan diberikan teguran agar lebih hati-hati dalam bekerja.
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sebaiknya pihak UD Tumanggor lebih memperhatikan kebersihan dan kerapian di dalam toko agar pelanggan merasa nyaman dan diharapkan lebih cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.
3. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaiknya pihak UD Tumanggor dapat lebih meningkatkan kualitas produk agar lebih baik dan menyediakan jasa antar jemput lalutan agar pelanggan bisa lebih mudah melakukan pemesanan.
4. Hasil penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan akibat keterbatasan waktu dan keterbatasan penulisan. Hendaknya pembaca perlu memperbanyak variabel penelitian seperti harga, promosi, kualitas produk dan lain-lain untuk menambah pengetahuan bagi semua pihak yang terlibat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andriasan (2016) **Manajemen Jasa Pemasaran**. Cetakan I. Yogyakarta: Deepublish.
- Adhari, L.Z. (2021) **Keputusan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust**. Cetakan Pertama. Edited by T.Q. Media. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ayu, G. *et al.* (2022) **Manajemen Kualitas**. Cendekia Mulia Mandiri.
- Dwi, D.A.B. *et al.* (2022) **Asas-Asas Manajemen (Konsep Dan Teori)**. Edited by D. Hartini. Media Sains Indonesia.
- Meliana, Sulistiono and Setiawan, B. (2013) **‘Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian’**, *Ilmiah Manajemen*, 1 No. 3. Available at:

[https://scholar.google.com/scholar?start=20&q=pengaruh+kepercayaan+dan+kualitas+pelayanan+terhadap+kepuasan+pelanggan&hl=id&as\\_sdt=0,5&lookup=0#d=gs\\_qabs&t=1680602141552&u=%23p%3DEL\\_Gea2-YxMJ](https://scholar.google.com/scholar?start=20&q=pengaruh+kepercayaan+dan+kualitas+pelayanan+terhadap+kepuasan+pelanggan&hl=id&as_sdt=0,5&lookup=0#d=gs_qabs&t=1680602141552&u=%23p%3DEL_Gea2-YxMJ).

Puspaningrum, D.A. (2017) **Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan**. Cetakan I. Edited by Amirullah. Malang: Media Nusantara Creative.

Prasetyo, D. and Soekotjo, H. (2018) **‘Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan UD. Ashilla Catering’**, *Ilmu dan Riset Manajemen*, 7, No. 8. Available at: [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+KUALITAS+PRODUK%2C+HARGA+DAN+KEPERCAYAAN+TERHADAP+KEPUASAN+PELANGGAN+UD.+ASHILLA+CATERING+SURABAYA+David+Prasetyo&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1680603754653&u=%23p%3DyGau0Ehza7MJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+KUALITAS+PRODUK%2C+HARGA+DAN+KEPERCAYAAN+TERHADAP+KEPUASAN+PELANGGAN+UD.+ASHILLA+CATERING+SURABAYA+David+Prasetyo&btnG=#d=gs_qabs&t=1680603754653&u=%23p%3DyGau0Ehza7MJ).

Ronaldo, R. (2021) **Produk Asuransi: Antara Minat Beli Dan Citra Perusahaan**. Cetakan Pertama. Edited

by D.F.R. Dhahita. Jawa Tengah: CV. Amerta Media.

Sinaga, O.S. *et al.* (2018) **‘Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warnet Aspek Pematang Siantar’**, *Sultanist*, 6, No.2. Available at: [https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+BRAND+IMAGE+DAN+KUALITAS+PELAYANAN+PEGAWAI+TERHADAP+KEPUASAN+PELANGGAN+PADA+WARNET+ASPEK+PEMATANGSIANTAR+Oleh%3A+Onita+Sari+Sinaga+S1+Manajemen+Darwin+Lie%2C+Marisi+Butarbutar%2C+July+anthr](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=PENGARUH+BRAND+IMAGE+DAN+KUALITAS+PELAYANAN+PEGAWAI+TERHADAP+KEPUASAN+PELANGGAN+PADA+WARNET+ASPEK+PEMATANGSIANTAR+Oleh%3A+Onita+Sari+Sinaga+S1+Manajemen+Darwin+Lie%2C+Marisi+Butarbutar%2C+July+anthr).

Suyuti, N.F. *et al.* (2020) **Dasar-Dasar Manajemen**. Cetakan 1. Edited by J. Simarmata and A. Rikki. Yayasan Kita Menulis.