

# ANALISIS PENGARUH 5 DIMENSI DIGITAL MENUBOARD DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN CEPAT SAJI “XYZ”

David Winata<sup>1</sup>, Yoke Lucia Renica Rehatalanit<sup>2</sup>  
<sup>1</sup>d4vid.winnata@gmail.com , <sup>2</sup>ylrrehatalanit@gmail.com  
<sup>1,2</sup>Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

## Abstraksi

Analisis pengaruh digital terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Cepat Saji XYZ ini menggunakan metode SERVQUAL (Service Quality). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh karakteristik pelanggan dengan persepsi dan harapan pelanggan terhadap digital restoran ini. Penelitian dilakukan pada 3 cabang Restoran XYZ yang sudah menggunakan Digital Menuboard di Jakarta diantaranya : cabang Atrium, cabang Kemang, dan cabang Blok M Square. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antar variable service quality dalam 5 dimensi: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy dengan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Servqual, Digital, Kepuasan Pelanggan, Restoran Cepat Saji, Regresi Linier Berganda

## Abstract

*This analysis of the influence of digital on customer satisfaction at XYZ Fast Food Restaurant uses the SERVQUAL (Service Quality) method. This study aims to analyze the influence of customer characteristics with customer perceptions and expectations of this digital restaurant. The research was conducted at 3 branches of this XYZ Restaurant which already uses Digital Menuboard in Jakarta including: Atrium branch, Kemang branch, and Blok M Square branch. The results of hypothesis testing show that there is a positive and significant influence between service quality variables in 5 dimensions: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy with customer satisfaction.*

*Keywords: Servqual, Digital, Customer Satisfaction, Fast Food Restaurant, Multiple Linear Regression*

## PENDAHULUAN

Di Indonesia perkembangan *digital signage* masih dalam pertumbuhan, bila dibandingkan dengan eropa atau amerika, hampir semua tempat bisnis, public area, perkantoran, tempat hiburan terutama shopping mall dimana banyak toko-toko retail, restoran cepat saji telah mengganti media komunikasi konvensional / media cetak seperti poster, banner dan yang lainnya, menjadi media digital dengan

tujuan menaikkan mutu dan kualitas perusahaan dan memudahkan dalam urusan pergantian produk dan data.

Media *digital signage* telah merubah pola pikir para pengusaha, pemilik toko, restoran, foodcourt dan perkantoran di dunia untuk menggantikan media informasi konvensional mereka menjadi digital, karena banyak manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan

media digital dibandingkan media konvensional, terutama adalah menghemat biaya cetak dan produksi, tampilan yang menarik, update konten yang super cepat dan real-time dan yang lainnya. Selain itu media *digital signage* secara maksimal dapat ditingkatkan sebagai media advertising dengan diolah oleh aplikasi *digital signage* yang pastinya menjadikan profit income atau mesin uang yang handal dan jika diolah secara profesional.

Dalam dunia restaurant cepat saji misalnya yang ada di Indonesia seperti *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, McDonald, Burger King, Hoka-Hoka Bento dan yang lainnya, Biasanya menggunakan tampilan menuboard, menu yang ditampilkan sebagai menu utama dengan media percetakan seperti mural, duratrant dan hal-hal percetakan lainnya. Hal ini masih dapat dimaklumi karena keuangan perusahaan yang harus disesuaikan dengan keuntungan yang menjadikan perusahaan tersebut masih tetap menggunakan media konvensional tersebut.

Kendala dalam permasalahan percetakan adalah diperlukannya penjadwalan yang tepat serta pendistribusian yang lancar jika ingin meluncurkan sebuah produk menu yang baru yang ingin dijual secara bersamaan di seluruh Indonesia. Selain itu, tampilan yang sederhana dengan cahaya lampu sorot tidak akan menjadikan tampilan menjadi menarik untuk dilihat terutama dalam mempromosikan suatu produk yang diinginkan, serta usia dari media konvensional yang tidak lama menjadi warna gambar tidak akan sesuai lagi. Ilustrasi sederhananya, jika perusahaan tersebut memiliki lebih dari 100 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia dan disaat yang bersamaan ingin melakukan peluncuran produk baru, maka bisa dibayangkan waktu yang harus disiapkan dan dibutuhkan dalam jumlah

cetak dan pendistribusian yang harus disesuaikan dalam jadwal peluncuran produk baru tersebut. Hitungan tersebut belum ditambah estimasi harga pengiriman barang yang digunakan.

Restoran Cepat Saji XYZ sendiri memiliki lebih dari 400 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia (berdasarkan Annual Report Tahun 2014, PT. Fast Food Indonesia, tbk) yang masih menggunakan media cetak dalam menuboard dan media promo, hal tersebut yang menjadikan Restoran Cepat Saji XYZ ini memiliki keinginan untuk berubah dalam sebuah terobosan inovasi dengan mengembangkan digital untuk dapat diterapkan. Dengan sistem tampilan digital secara online dapat menampilkan gambar yang menarik dan atraktif serta design untuk menunjukkan kualitas gambar yang terbaik. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan percetakan dan penentuan waktu yang tepat dalam melakukan program dan produk sesuai dengan harapan.

Tujuan diterapkannya technology digital dalam Restoran Cepat Saji XYZ diharapkan dapat membantu dan memudahkan pengupdatean setiap material promo dan meminimalisasi kemungkinan kesalahan dalam desain sehingga kinerja pegawai menjadi lebih baik dan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan pelanggan dalam penyampaian informasi produk.

Penelitian ini termotivasi untuk menganalisisnya dengan menggunakan Metode SERVQUAL dengan mengkaji tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Digital Menuboard Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji XYZ dengan menggunakan metode SERVQUAL (Service Quality)”

## METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang menguraikan suatu gejala atau fenomena secara berurutan serta memberikan gambaran yang jelas terhadap gejala atau fenomena yang mempengaruhinya disamping untuk mengetahui sebab dan akibat dari gejala tersebut melalui pembuktian kuantitatif. Sejalan dengan konsep penelitian tersebut, maka penulis melakukan studi literatur, pustaka, dokumen, jurnal, makalah dan bahan-bahan bacaan lain yang sesuai dengan topik bahasan guna penelurusan fenomena sekaligus untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Cepat Saji XYZ. Uji validitas, reliabilitas dan asumsi serta analisisnya menggunakan program aplikasi statistik, yakni SPSS (*statistical package for social science*) versi 17.0 untuk mengetahui dan menilai bagaimana hubungan dan pengaruh yang diberikan oleh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles terhadap Kepuasan pelanggan. Sedangkan uji hipotesa menggunakan metode uji-T dan uji-F yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian apakah  $H_0$  ditolak atau diterima.

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah: Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), Tangibles (X5) sebagai variabel bebas, dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Seluruh data dikumpulkan dari penyebaran kuesioner di beberapa gerai Restoran Cepat Saji XYZ di Jakarta. Prosedur pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. **Data primer:** Sumber data yang didapat dari obyek penelitian yang

berkaitan dengan variable-variabel yang menjadi masalah dalam penelitian ini, yaitu Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles dan Kepuasan pelanggan. Data primer diperoleh dari responden dengan cara pengisian kuisisioner yang disediakan.

2. **Studi Pustaka:** Sejalan dengan konsep penelitian tersebut, maka peneliti melakukan studi literatur, pustaka, dokumen, jurnal, makalah dan bahan-bahan bacaan lain yang sesuai dengan topik bahasan guna penelurusan fenomena sekaligus untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk menganalisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap fungsi digital di Restoran Cepat Saji XYZ.

### Metode Analisis Data

Data-data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan beberapa metode antara lain:

a. Metode Analisis Deskriptif (kualitatif)

Metode analisis deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendapatkan informasi tentang berbagai kondisi lapangan yang bersifat tanggapan dan pandangan suatu pelanggan di Restoran Cepat Saji XYZ. Hasil analisis kualitatif berupa perbandingan kondisi riil di lapangan yang diperoleh dari pendapat-pendapat berbagai unsur yang terlibat langsung dalam pelaksanaan sistem dengan kondisi ideal yang diperoleh dari studi pustaka/literatur.

b. Metode Analisis Evaluatif (kuantitatif)

Metode analisis evaluatif (kuantitatif) diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan proses pengembangan pelayanan di masa yang akan datang yaitu:

- 1) Tingkat kepuasan konsumen PT. Fast Food Indonesia, tbk.
- 2) Tingkat loyalitas konsumen PT. Fast Food Indonesia, tbk.
- 3) Dampak perubahan kinerja karyawan terhadap pelanggan.

### Sumber Data dan Skala Pengukuran

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Data dikumpulkan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang terdiri dari pertanyaan mengenai karakteristik responden dan variabel yang diteliti yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan reliability, responsiveness, assurance, empathy dan kepuasan pelanggan di Restoran Cepat Saji XYZ. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Kepada para responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan peneliti atas dasar persepsi masing-masing responden. Jawaban terdiri dari lima pilihan, yakni:

Tabel 1. Bobot Nilai Jawaban Responden

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral / Cukup	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah

## PEMBAHASAN

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan dan pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles dan Kepuasan Pelanggan, maka akan dilakukan analisis regresi berganda, koefisien korelasi, koefisien determinansi dan uji hipotesa baik secara simultan maupun secara parsial terhadap

seluruh data observasi sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya. Namun sebelum analisis tersebut dilakukan, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas, untuk mengetahui seberapa jauh tujuan penelitian tercapai dan konsistensi responsi jawaban dari responden. Kemudian dilakukan, beberapa uji asumsi yang harus terpenuhi dalam persamaan regresi linier berganda ini adalah uji diagnostik OLS (*Ordinary Least Square*) yang meliputi uji normalitas, autokorelasi dan multikolinieritas. Tujuan dilakukannya seluruh uji ini adalah untuk memastikan bahwa hasil estimasi dari persamaan ini dapat dipercaya dan memberi keyakinan bahwa data tersebut tidak bias. (Hair, et all, 1998). Uji diagnostik OLS, regresi berganda, koefisien korelasi, koefisien determinansi dan uji hipotesa dikerjakan dengan program komputer SPSS (*statistical package for social science*) Versi 17.0.

### Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada para responden untuk setiap variabel yang meliputi Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy).

Pengujian reliabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha* dimana persyaratannya adalah nilai pada *Cronbach Alpha* harus lebih besar dari 0.5.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas dan Realibilitas**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	26

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Item valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Cronbach's Alpha if Item Deleted
No.1	93.45	203.913	.503	Valid	.944
No.2	93.44	193.899	.892	Valid	.939
No.3	93.51	207.956	.401	Valid	.945
No.4	93.77	206.230	.357	Valid	.946
No.5	93.47	199.002	.645	Valid	.942
No.6	93.19	202.748	.662	Valid	.942
No.7	93.47	202.304	.609	Valid	.943
No.8	93.32	205.092	.518	Valid	.944
No.9	93.43	198.663	.715	Valid	.942
No.10	93.47	192.868	.927	Valid	.939
No.11	93.46	200.022	.713	Valid	.942
No.12	93.58	204.339	.433	Valid	.945
No.13	93.47	204.211	.450	Valid	.945
No.14	93.41	208.231	.387	Valid	.945
No.15	93.57	206.274	.447	Valid	.945
No.16	93.79	199.494	.550	Valid	.944

No.1 7	93.55	196.343	.783	Valid	.941
No.1 8	93.45	195.537	.774	Valid	.941
No.1 9	93.65	199.129	.663	Valid	.942
No.2 0	93.46	194.841	.878	Valid	.940
No.2 1	93.21	202.612	.672	Valid	.942
No.2 2	93.43	201.240	.619	Valid	.943
No.2 3	93.59	204.445	.421	Valid	.945
No.2 4	93.67	204.678	.481	Valid	.944
No.2 5	93.59	201.263	.622	Valid	.943
No.2 6	93.43	194.112	.873	Valid	.940

$r$  tabel = 0,159 untuk alpha 5% N=150

Dari tabel 1 dapat penulis ketahui bahwa dari 26 butir pernyataan valid semuanya. Syarat validitas dari suatu data apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid sebesar 100%.

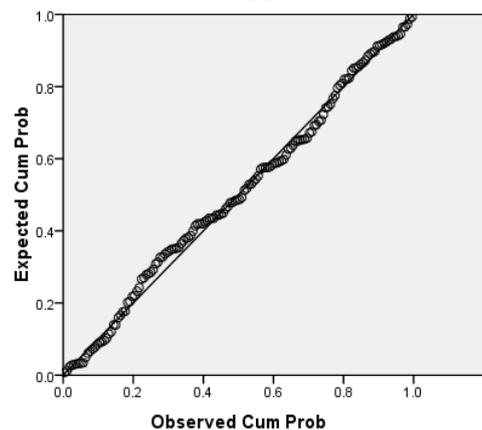
Diketahui dari tabel Reliability Statistik diatas, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,945 dan dapat disimpulkan data tersebut sangat reliable karena syarat sangat reliable sebuah data apabila nilai Cronbach's Alpha berkisar 0,8 – 1,00.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang terdapat di dalam setiap variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Mendeteksi normalitas dilakukan dengan grafik normal pp plot dengan ketentuannya jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, maka

dapat dikatakan bahwa data terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas terhadap seluruh variable penelitian, sebagaimana yang ditunjukkan pada ilustrasi grafik berikut ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual  
Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Dari ilustrasi grafik di atas terlihat bahwa titik – titik berada disekitar garis diagonal, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh data terdistribusi secara normal.

### Hasil Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda variabel bebas (independent variable), yakni: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles terhadap variabel terikat (dependent variable) Kepuasan pelanggan, berturut-turut akan disajikan koefisien korelasi keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat dan koefisien korelasi parsial setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagaimana yang dirangkum pada tabulasi berikut ini:

- a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles

Tabel 3 Koefisien Korelasi Keseluruhan Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat

Model	R	R Square
1	0.853 <sup>a</sup>	72.7%

- b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabulasi di atas terlihat bahwa koefisien korelasi keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan berkorelasi positif dan sedang yang ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,853, nilai R square nya sebesar 0,727.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan berkorelasi positif dan sedang, serta koefisien determinasinya sebesar 0,727 artinya 72.7% seluruh variabel bebas tersebut berkorelasi positif terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya 27.3% lainnya disebabkan oleh faktor-faktor lainnya.

Demikian pula dengan koefisien korelasi secara parsial dari setiap variabel bebas, yakni Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles terhadap Kepuasan Pelanggan, sebagaimana yang dirangkum dalam tabulasi berikut ini:

Tabel 4 koefisien korelasi secara parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.090	0.204		0.439	0.661
Reliability	0.280	0.080	0.268	3.519	0.001
Responsiveness	0.298	0.092	0.280	3.237	0.001
Assurance	0.305	0.075	0.285	4.085	0.000
Empathy	0.244	0.062	0.318	3.937	0.000
Tangibles	-0.165	0.093	-0.186	-1.765	0.080

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabulasi di atas menunjukkan bahwa koefisien korelasi secara parsial dari setiap variabel bebas dengan tingkat signifikansi masing-masing. Dengan

demikian, persamaan regresi berganda untuk hubungan Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan

Tangibles terhadap Kepuasan pelanggan dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 0,090 - 0.280X1 + 0.298X2 + 0.305X3 + 0.244 X4 - 0,165 X5 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Kepuasan pelanggan

X1 = Reliability

X2 = Responsiveness

X3 = Assurance

X4 = Empathy

X5 = Tangibles

### Hasil Uji Hipotesa

Berdasarkan persamaan regresi berganda tersebut, selanjutnya akan diuji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji - t dan uji F. Dari tabulasi diatas, menunjukkan bahwa hasil regresi antara Y dengan X1, X2, X3, X4, dan X5, diperoleh nilai thitung untuk b1= 3.519, nilai thitung untuk b2 =3.237, nilai thitung untuk b3 = 4.085, nilai thitung untuk b4 = 3.937, dan nilai thitung untuk b5 = -1.765, sedangkan untuk menentukan nilai ttabel adalah dengan cara sebagai berikut: derajat bebasnya = n-k = 150-5 = 145, tingkat signifikansi = 5 %, maka nilai tabel diperoleh dari tabel adalah 1.65507.

- a. Reliability (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Pada kolom *Coefficients* model 1 terdapat nilai sig 0.001. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai  $0.001 > 0,05$ , maka Ha1 ditolak dan H01 diterima. Variabel X1 mempunyai thitung < tabel yakni  $3.519 < 1.65507$  dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X1 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Reliability memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.
- b. Responsiveness (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Pada

kolom *Coefficients* model 2 terdapat nilai sig 0.001. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai  $0.001 > 0,05$ , maka Ha2 ditolak dan H02 diterima. Variabel X2 mempunyai thitung < ttabel yakni  $3.237 < 1.65507$  dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X2 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Responsiveness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

- c. Assurance (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pada kolom *Coefficients* model 3 terdapat nilai sig 0.000. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai  $0.000 > 0,05$ , maka Ha3 ditolak dan H03 diterima. Variabel X3 mempunyai thitung < ttabel yakni  $-4.085 < 1.65507$  dapat disimpulkan bahwa variabel X3 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Assurance memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.
- d. Empathy (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pada kolom *Coefficients* model 4 terdapat nilai sig 0.000. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai  $0.000 > 0,05$ , maka Ha4 ditolak dan H04 diterima. Variabel X4 mempunyai thitung < ttabel yakni  $3.937 < 1.65507$  dapat disimpulkan bahwa variabel X4 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa X4 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Empathy

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

- e. Tangibles (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pada kolom *Coefficients* model 5 terdapat nilai sig 0.080. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai  $0.080 < 0,05$ , maka  $H_{a5}$  diterima dan  $H_{05}$  ditolak. Variabel X5 mempunyai thitung >

ttabel yakni  $-1.765 > 1.65507$  dapat disimpulkan bahwa variabel X5 tidak memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t negatif menunjukkan bahwa X4 mempunyai hubungan yang tidak searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Tangibles tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 5 Anova  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.205	5	8.641	76.798	.000 <sup>a</sup>
	Residual	16.202	144	.113		
	Total	59.407	149			

- a. Predictors: (Constant), Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles  
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabulasi diatas, hasil regresi antara X dengan Y diperoleh Fhitung = 76.798, sedangkan untuk menentukan Ftabel dipakai cara  $n = 150$ ,  $k = 5$ , derajat kebebasannya adalah  $= n - k = 150 - 5 = 145$ , derajat pembilang  $k - 1 = 5 - 1 = 4$ , tingkat signifikansi = 5 %, maka diperoleh Ftabel dari tabulasi statistika = 5.65. Karena Fhitung > Ftabel yakni :  $76.798 > 5.65$  dan berada pada daerah diterimanya  $H_a$ , maka seluruh variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat, atau dengan kata lain variabel bebas X1 Reliability, X2 Responsiveness, X3 Assurance, X4 Empathy, dan X5 Tangibles secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y Kepuasan Pelanggan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian dengan uji F Hipotesa secara bersama-sama dapat dibuktikan dari sebanyak 150 responden dengan jumlah 26 pertanyaan masing-masing hipotesa saling signifikan satu dengan lainnya dengan nilai  $F > 5,65$ , nilai  $F = 76.798$  dan nilai  $\text{Sig. } 0.000 < 0.05$
2. Hasil dari penelitian yang telah diuji secara parsial dapat dijelaskan bahwa Service Quality yang terdiri dari *Reliability, Assurance, Empaty, Responsivness* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Hanya *Tangible* yang tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* karena merupakan bukti fisik yang tidak ada hubungan dengan pelanggan itu sendiri.

## REFERENSI

- Ali, Sambas Muhidin dan Abdurrahman Maman. 2009. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia
- Bauer C., 2011, *Interactive Digital Signage – An Innovative Service and Its Future Strategies*, Tirana, pp 137-142
- C. Trihendradi, 2011. *Langkah Mudah Melakukan Analisis Statistik Menggunakan SPSS 20*, C. V. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ravnik R., Solina F., 2013, *Interactive and Audience Adaptive Digital Signage Using Real-Time Computer Vision*, Int J Adv Robotic Sy, 2013, Vol. 10, 107.
- Rusell, J., 2012. *Digital Signage*. United States of America : Book on Demand
- Sandjaja, Herianto B. (2006). *Panduan Penelitian*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Siregar, Ir. Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta:Kencana Prenada Group.
- Suliyanto, Dr. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Penerbit ANDI: Yogyakarta.
- Tan, K.C., Tan Pawitra.(2001), *Integrating SERVQUAL and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development, Managing Service Quality*, 11(6), pp. 418- 4310.