

Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PPOB (*Payment Poin Online Bank*) terhadap Kepuasan Pelanggan

Nuraini¹⁾, Anugrahita Milenia Trihaksami²⁾, Ilma Elpendari³⁾, Dwi Sulastri⁴⁾, Rizqha Sepriyanti Burano⁵⁾

¹⁾Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Paser, Indonesia, nur849@umkt.ac.id

²⁾Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Paser, Indonesia, amt545@umkt.ac.id

³⁾Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Paser, Indonesia, ie716@umkt.ac.id

⁴⁾Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Paser, Indonesia, 2311102453007@umkt.ac.id

⁵⁾Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, Payakumbuh, Indonesia, buranorizqha@gmail.com

Abstrak

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dihasilkan oleh manusia, menunjukkan setiap perusahaan atau bisnis harus mampu meningkatkan kualitas layanan, yang nantinya akan mendukung terwujudnya kepuasan pelanggan, terutama dengan persaingan yang lebih tinggi dalam persaingan bisnis yang penuh keterbukaan dan kebebasan dalam menjalankan kegiatan ekonomi, membuat semua perusahaan atau bisnis harus mampu meningkatkan keterampilan untuk memberikan layanan kepada pelanggan. PPOB (*Payment Point Online Bank*) adalah salah satu aplikasi layanan yang dibuat untuk memudahkan masyarakat dalam proses pembayaran listrik, PDAM, telepon, BPJS, pajak, remitansi, dan lainnya. Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan PPOB (*Payment Point Online Bank*) terhadap kepuasan pelanggan di CV. Sinar Mulia Jaya di Tanah Grogot. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembayaran pada CV. Sinar Mulia Jaya dimulai dari Februari-Maret 2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel insidental dengan metode Slovin dan memperoleh 92 responden dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa hasil uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha 0,757 dinyatakan baik, hasil perhitungan koefisien determinasi R² sebesar 0,603 atau tingkat pengaruh yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen, hasil analisis uji F dan uji t bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: PPOB, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

Abstract

*The advancement of science and technology produced by humans, shows every company or business to be able to improve the quality of service, which will later support the realization of customer satisfaction, especially with higher competition in return for business competition full of openness and freedom in conducting economic activities, making all companies or businesses must be able to improve skills to provide service to customers. PPOB (*Payment Point Online Bank*) is one of the service applications created to facilitate the public in the process of paying for electricity, pdam, telephone, bpjs, taxes, remittances and others. This study aims to analyze the quality effect of PPOB (*Payment Point Online Bank*) services on customer satisfaction on CV. Sinar Mulia Jaya in Tanah Grogot. This study used a quantitative approach by distributing questionnaires. . The population in this study was customers who made payments on CVs. Sinar Mulia Jaya starts from Feb-March 2023. The sampling technique in this study used incidental sampling using the slovin method and obtained 92 respondents with data collection*

techniques in the form of questionnaires. The results of this study provide information that the results of reliability tests with Cronbach's Alpha 0.757 are declared good, the results of the calculation of R^2 coefficient of determination of 0.603 or the level of strong influence between the independent variable and the dependent variable, the results of the F test analysis and t test that there is a significant influence between service quality and customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, PPOB, Service Quality*

PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan bebas millennium III, setiap perusahaan menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan persaingan yang semakin ketat, bisnis harus terus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mereka harus berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan prima—atau pelayanan yang lebih memuaskan—daripada pesaing mereka. Hanya bisnis yang unggul yang memiliki kemampuan untuk bersaing dan menguasai pasar (Atmawati & Wahyuddin, 2004).

Majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang dihasilkan manusia, menunjukkan setiap perusahaan atau bisnis untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, yang nantinya akan menunjang terwujudnya kepuasan pelanggan, apa lagi dengan semakin tinggi persaingan sebagai imbalan dari persaingan bisnis yang penuh dengan keterbukaan dan kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi, membuat semua perusahaan atau bisnis harus dapat meningkatkan keterampilan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan (Fithriani, 2020). Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Pelayanan yang baik adalah dapat mengerti keinginan pelanggan dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata pelanggan dengan memberikan respon yang baik, berbicara dengan sopan dan selalu bersikap ramah kepada pelanggan. Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan dan juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah PPOB (*Payment Point Online Bank*) dan ketidak berhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan (Bratakusuma & Kuswanto, 2019).

PPOB adalah salah satu loket penerimaan pembayaran rekening listrik dari pelanggan PLN (Perusahaan Listrik Negara), rekening air dari pelanggan PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), rekening telepon dari pelanggan telkom yang langsung *online* dengan bank. Maksud dan tujuan dibuka pelayanan ini adalah untuk memudahkan masyarakat dalam proses pembayaran serta persaingan yang sehat diantara penyedia jasa PPOB (Asmoro et al., 2014).

Setiap tahun jumlah pelanggan yang menggunakan sistem Payment Point Online Bank (PPOB) semakin meningkat sebanding dengan meningkatnya jumlah pengguna listrik, pdam, telkom, dan lain-lainnya di Tanah Grogot. Hal ini karena berbagai kemudahan yang diberikan berbagai pihak PLN, PDAM, Telkom dan lainnya selalu memberikan promosi dan informasi akan berbagai program tersebut didukung pihak perbankan seperti BRI, BNI, MANDIRI memberikan promosi terhadap program ini, maka pengaruh terhadap jumlah tagihan rekening yang setiap bulannya meningkat sebanding dengan peningkatan jumlah pengguna layanan tersebut (Purwatiningsih et al., 2021)

Pelayanan pembayaran melalui PPOB bertujuan untuk memfasilitasi pembayaran tagihan secara online, realtime, sehingga tidak ada kemungkinan terjadinya Double Payment. Memberikan banyak manfaat bag konsumen, misalnya para pelanggan dapat membayar tagihan

air dengan cepat diseluruh loket yang tersedia, transaksi dapat dilakukan dengan mudah dengan menunjukkan rekening terakhir dan keamanan uang konsumen dari transaksi pembayaran rekening dapat terjamin (Prabowo, 2015).

CV. Sinar Mulia Jaya adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa loket resmi PPOB yaitu pembayaran rekening listrik, pasang baru, rekening telepon, penjualan *voucher* listrik, *voucher* pulsa elektronik, PDAM, layanan Jaserindo, kiriman uang, BPJS (Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial) dan lain-lain. Dengan adanya jasa yang diberikan CV. Sinar Mulia Jaya akan lebih memudahkan masyarakat Tana Paser dalam proses pembayaran rekening listrik, pasang baru, PDAM, rekening telepon, dan lain-lain. Begitu juga dengan hasil pengukuran kepuasan pelanggan mengenai pelayanan. Persaingan yang semakin ketat, CV. Sinar Mulia Jaya Tanah Grogot kini telah mengalami penurunan pelanggan, dan perlu melakukan perbaikan manajemen dan evaluasi dalam meningkatkan pelayanan pada PPOB tersebut, yang disebabkan kurangnya pelayanan yang maksimal serta kurangnya pengetahuan masyarakat tentang *Payment Poin Online Bank* oleh pihak-pihak yang bersangkutan. Berdasarkan kenyataan yang terjadi pada CV. Sinar Mulia Jaya pelayanannya belum sesuai dengan harapan pelanggan seperti parkir belum memadai, ruang tunggu yang sempit dan banyaknya fasilitas yang belum terpenuhi seperti kursi yang sedikit dan fasilitas lainnya untuk kebutuhan pelanggan.

Selain itu juga ada beberapa hambatan yang menjadi masalah pada CV. Sinar Mulia Jaya seperti keterlambatan saldo masuk dan saldo yang dimiliki CV. Sinar Mulia Jaya kadang tidak tercukupi sehingga pelanggan akan menunggu lama, di samping itu juga sering terjadi masalah jaringan internet dari telkom sehingga menghambat pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan PPOB pada usaha ini kurang efektif, untuk mempertahankan suatu bisnis, CV. Sinar Mulia Jaya Tanah Grogot harus dapat melakukan strategi-strategi pemasaran dan juga berusaha memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan pengguna jasa CV. Sinar Mulia Jaya Tanah Grogot tetap setia menggunakan jasa yang diberikan perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah salah satu jaminan terbaik untuk menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan dan menjadi benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global. Kualitas pelayanan yang unggul harus didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan teknologi yang memadai (Welch Jr, dalam Kotler, 1998). Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (Assefaf, 2009). Kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan persepsi konsumen atas kinerja kualitas pelayanan yang ditawarkan perusahaan (Jamal and Naser, 2002). Ekspektasi rasional konsumen akan mempengaruhi persepsi atau penilaian mereka terhadap kinerja kualitas pelayanan, karena apa yang mereka harapkan terhadap kualitas pelayanan produk akan mempengaruhi penilaian mereka terhadap kinerja pelayanan sebenarnya dari produk tersebut. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka semakin baik pula persepsi/evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, sehingga memperkecil kesenjangan evaluasi antara harapan dan kenyataan. Pengertian umum disini adalah konsumen tidak akan mempunyai ekspektasi yang terlalu tinggi atau berlebihan karena ekspektasi tersebut didasarkan pada pertimbangan yang wajar (Hardianto et al., 2012).

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai

dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan (Datuamas, 2019).

Biasa disingkat dengan PZB melakukan pengukuran kualitas jasa dengan menggunakan instrument 10 dimensi yang terdiri dari 97 item pertanyaan. Kemudian penelitian selanjutnya, mencoba untuk mengukur masalah yang kompleks ini dengan mengembangkan suatu skala yang dapat diukur yang dinamakan SERVQUAL. Konsep kualitas menurut Parasuraman, Zeithalm and Berry (Parasuraman et al., 1988) merupakan konsep yang terdiri dari lima dimensi yakni: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* and *empathy*. Dimensi-dimensi ini sangat menentukan kualitas pelayanan (Hardianto et al., 2012).

mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas jasa yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Reliabilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Penelitian ini berusaha mengetahui peran dari variabel-variabel untuk mengetahui kepuasan pelanggan, berdasarkan latar belakang di atas penulis merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembayaran pada CV. Sinar Mulia Jaya di Tanah Grogot yaitu sebanyak 1.210 terhitung dari Feb-Mar 2023. Tehnik pengambilan sampel dengan menggunakan Teknik insidental sampling berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dengan menggunakan rumus slovin sehingga mendapatkan sebanyak 92 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Menurut Azwar dalam Priyatno (Priyatno, 2010) Metode pengambilan keputusan pada uji validasi biasanya ada dua model yaitu menggunakan batasan r table dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan 0. biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada setaraf signifikansi 0.050. artinya suatu item

dianggap valid jika korelasi signifikan terhadap skor total. Dalam artian r hitung $>$ r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Soal	R hitung	R _{tabel}	Validitas
Soal 1	0.390**	0.2050	Valid
Soal 2	0.618**	0.2050	Valid
Soal 3	0.540**	0.2050	Valid
Soal 4	0.676**	0.2050	Valid
Soal 5	0.648**	0.2050	Valid
Soal 6	0.713**	0.2050	Valid
Soal 7	0.648**	0.2050	Valid
Soal 8	0.790**	0.2050	Valid
Soal 9	0.645**	0.2050	Valid
Soal 10	0.766**	0.2050	Valid
Soal 11	0.697**	0.2050	Valid
Soal 12	0.794**	0.2050	Valid
Soal 13	0.588**	0.2050	Valid
Soal 14	0.669**	0.2050	Valid
Soal 15	0.715**	0.2050	Valid
Soal 16	0.810**	0.2050	Valid
Soal 17	0.794**	0.2050	Valid
Soal 18	0.682**	0.2050	Valid
Soal 19	0.591**	0.2050	Valid
Soal 20	0.575**	0.2050	Valid
Soal 21	0.735**	0.2050	Valid
Soal 22	0.626**	0.2050	Valid
Soal 23	0.592**	0.2050	Valid

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver.20

b. Uji Realibilitas

Tabel 2. Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items

0.757	0.949	24
-------	-------	----

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver.20

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Sehubungan dengan data yang diperoleh peneliti pada saat penelitian. Dimana data-data yang diperoleh dari hasil kuesioner sebanyak 92 responden dan kemudian ditentukan tiap-tiap kriteria tertentu. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas Reliabilitas (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), Bukti Fisik (X_5) dan variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y). Penganalisaan terhadap data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, untuk mendapatkan perhitungan tersebut maka digunakan analisis statistic, yaitu dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS (*statistic program for socil science*) Versi SPSS 20, maka hasil yang diperoleh dari perhitungan sebagai berikut;

Tabel 3. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	1.357	0.303
	RELIABILITAS	0.021	0.080
	DAYA TANGGAP	0.168	0.057
	JAMINAN	0.606	0.236
	EMPATI	0.401	0.189
	BUKTI FISIK	0.522	0.198

a. Dependent Variable: KEPUASAAN PELANGGAN

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver.20

d. Koefisiensi Korelasi (R)

Untuk mengetahui keeratan hubungan (korelasi) antara reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), bukti fisik (X_5) dan variabel terikat kepuasan konsumen (Y), dapat diperoleh dengan perhitungan koefisiensi korelasi, yaitu dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.777 ^a	0.603	0.580	0.41114

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver.20

e. Hipotesis Uji F (Uji Simultan)

Uji selanjutnya adalah untuk mengetahui secara simultan variabel bebas (X) yang terdiri dari variabel bebas reliabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), bukti fisik (X_5) dan variabel terikat kepuasan konsumen (Y).

Tabel 5. ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

	Regression	22.082	5	4.416	26.128	.000 ^b
1	Residual	14.537	86	.169		
	Total	36.620	91			

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver.20

g. Hipotesis Uji T (Uji Parsial)

Uji selanjutnya adalah untuk mengetahui secara parsial variabel bebas (X) yang terdiri dari variabel bebas reliabilitas (X₁), daya tanggap (X₂), jaminan (X₃), empati (X₄), bukti fisik (X₅) dan variabel terikat kepuasan konsumen (Y).

Tabel 6. Uji T_{hitung} Coefficients^a

Model	Perbandingan		Sig.	Keterangan
	t _{hitung}	t _{tabel}		
RELIABILITAS	0.263	1.66277	.793	Tidak signifikan
DAYA TANGGAP	2.948	1.66277	.004	signifikan
JAMINAN	2.561	1.66277	.012	signifikan
EMPATI	2.123	1.66277	.037	signifikan
BUKTI FISIK	2.636	1.66277	.010	signifikan

Sumber: Lampiran Output SPSS Ver.20

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian validitas diatas menunjukkan Seluruh soal valid dapat dibuktikan pada tabel uji validitas $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas maka dapat ditarik kesimpulan nilai Alpha Cronbach lebih besar dari pada batasan uji reliabilitas 00.6 (0.757 > 00.6) jadi seluruh pertanyaan reliabel dan hasilnya baik.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Dari hasil analisa data dan tabulasi data, maka dapat diketahui hasil persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

$$Y = 1.357 + 0,021X_1 + 0,168X_2 + 0,606 X_3 + 0,401X_4 + 0,522 X_5$$

Konstanta sebesar 1.357 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel reliabilitas (X₁), daya tanggap (X₂), jaminan (X₃), empati (X₄), dan bukti fisik (X₅), maka variabel (Y) kepuasan konsumen sebesar 1.357.

Koefisiensi Korelasi reliabilitas (X₁) sebesar 0,021 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan variabel keandalan (X₁) akan meningkatkan variabel (Y) kepuasan konsumen sebesar 0,021.

Koefisiensi Korelasi daya tanggap (X₂) sebesar 0,168 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan variabel keresponsifan (X₂) akan meningkatkan variabel (Y) kepuasan konsumen sebesar 0,168.

Koefisiensi Korelasi jaminan (X_3) sebesar 0,606 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan variabel jaminan (X_3) akan meningkatkan variabel (Y) kepuasan konsumen sebesar 0,606.

Koefisiensi Korelasi empati (X_4) sebesar 0,401 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan variabel empati (X_4) akan meningkatkan variabel (Y) kepuasan konsumen sebesar 0,401.

Koefisiensi Korelasi bukti fisik (X_5) sebesar 0.522 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan variabel berwujud (X_5) akan meningkatkan variabel (Y) kepuasan konsumen sebesar 0,522.

d. Koefisiensi korelasi (R)

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.777^a berada pada tingkat hubungan kuat (0,600-0,799) antara variabel terikat dengan variabel bebas.

e. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur berapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

Berdasarkan hasil perhitungan R^2 koefisien determinasi sebesar 0.603 atau tingkat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat sebesar 60,3% sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

f. Hipotesis Uji F (Uji Simultan)

Uji F artinya pengujian hipotesis secara simultan yakni untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung (Y).

Dari hasil analisis diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 26.128 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sedangkan nilai f_{tabel} sebesar 2,32 (df 5:86). Maka f_{hitung} sebesar 26.128 > nilai f_{tabel} sebesar 2,32 dan pengujian hipotesisnya adalah diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka, hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel Reliabilitas (X_1), Daya Tanggap (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4), Bukti Fisik (X_5) berpengaruh secara simultan dan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Maka, oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima.

g. Hipotesis Uji T (Uji Parsial)

Uji t artinya pengujian hipotesis secara parsial yakni untuk menguji kebenaran pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Y).

1. Berdasarkan analisis nilai t_{hitung} variabel reliabilitas (X_1) adalah sebesar 0,263 dengan signifikansi .793, diketahui pula nilai t_{tabel} (n-k-1) adalah sebesar 1,66277 yang diperoleh dari (df 5:86), maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,263 < 1,67356$), pengujian hipotesisnya adalah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Berdasarkan analisis nilai t_{hitung} variabel daya tanggap (X_2) adalah sebesar 2,948 dengan signifikansi .004, diketahui pula nilai t_{tabel} (n-k-1) adalah sebesar 1,66277 yang diperoleh dari (df:5,86), maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.948 > 1,66277$), pengujian hipotesisnya adalah

terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Berdasarkan analisis nilai t_{hitung} variabel jaminan (X_3) adalah sebesar 2.561 dengan signifikansi .012, diketahui pula nilai t_{tabel} ($n-k-1$) adalah sebesar 1,66277 yang diperoleh dari ($df:5,86$), maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.561 > 1,66277$), pengujian hipotesisnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Berdasarkan analisis nilai t_{hitung} variabel empati (X_4) adalah sebesar 2.123 dengan signifikansi .037, diketahui pula nilai t_{tabel} ($n-k-1$) adalah sebesar 1,66277 yang diperoleh dari ($df:5,86$), maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.123 > 1,66277$), pengujian hipotesisnya adalah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
5. Berdasarkan analisis nilai t hitung variabel bukti fisik (X_5) adalah sebesar 2.636 dengan signifikansi .010, diketahui pula nilai t_{tabel} ($n-k-1$) adalah sebesar 1,66277 yang diperoleh dari ($df:5,86$), maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.636 > 1,66277$), pengujian hipotesisnya adalah terdapat pengaruh tapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
6. Berdasarkan hasil alat uji diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 2.948 dan tingkat signifikan 0.004 dan t_{tabel} 1,66277 dan hasilnya signifikan.

Dari penjelasan bab II pada hipotesis yang terduga bahwa variabel (X_2) daya tanggap paling dominan, maka oleh sebab itu hipotesis tersebut diterima karena dapat dibuktikan pada penelitian ini. Dengan uji parsial maka variabel (X_2) Daya Tanggap yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada PPOB CV. Sinar Mulia Jaya di Tanah Grogot.

PENUTUP

Pengaruh kualitas pelayanan jasa PPOB terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Sinar Mulia Jaya Di Tanah Grogot dapat disimpulkan:

1. Kualitas pelayanan mencakup variabel-variabel bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mendukung hipotesis awal yang diajukan dalam penelitian ini.
2. Faktor terbesar dari keseluruhan variabel kualitas pelayanan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah daya tanggap.
3. Kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy) sebesar koefisien determinasi sebesar 0.603 atau tingkat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dan variabel terikat sebesar 60,3% sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Asmoro, Budi, & S. T. Aris Rakhmadi. (2014). Perancangan aplikasi pembayaran rekening pamsimas sumber agung di desa sukorejo kabupaten sragen berbasis web. *Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Atmawati, R., & Wahyuddin, M. (2004). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall*.

- Bratakusuma, T., & Kuswanto, E. (2019). Integrasi Pembayaran Pamsimas Desa Dermaji dengan PPOB Menggunakan Web Service. *Journal of Innovation Information Technology and Application (JINITA)*, 1(1), 61–67.
- Datuamas, A. A. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN PAYMENT POINT ONLINE BANK (PPOB): FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN PAYMENT POINT ONLINE BANK (PPOB). *CAM JOURNAL: Change Agent For Management Journal*, 3(2).
- Fithriani, M. (2020). Analisis Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Jasa Payment Point Online Bank. *Ensains Journal*, 3(1), 68–75.
- Hardianto, W. T., Suprojo, A., & Rettob, B. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan di Probolinggo). *Reformasi*, 2(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *1988*, 64(1), 12–40.
- Prabowo, D. (2015). Website E-Commerce Menggunakan Model View Controller (MVC) Dengan Framework Codeigniter Studi Kasus: Toko Miniatur. *Data Manajemen Dan Teknologi Informasi (DASI)*, 16(1), 23.
- Priyatno. (2010). Paham Anilisa Statistik Data Dengan SPSS. *Mediakom*.
- Purwatiningsih, A., Lestari, A. W., & Kamaluddin, K. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Sistem Payment Point Online Bank (Ppob) terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT. Pln Persero Area Pelayanan Pelanggan dan Jaringan di Probolinggo). *Reformasi*, 11(2), 140–150.