PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FROZEN FOOD (STUDI KASUS AW FACTORY KOTA PAREPARE)

Dr. Nurhapsa, S.P.,M.Si [*], Namira Putri S., Nurhaeda,S.Pt.,M.Si [3].

[1]Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare, [2]Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare, [3]Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare,

E-mail Korespondasi :

ABSTRAK

Namira putri S. (220170025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *frozen food* (Studi Kasus AW *factory* Kota Parepare). Dibawah Bimbingan **Nurhapsa,** dan **Nurhaeda**

Frozen food, yang dikenal juga sebagai makanan beku adalah makanan cepat saji yang di awetkan di pembekuan. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat dari tradisional ke modern, konsumen semakin memilih produk yang Dlebih praktis dan mudah dalam pengolahan. Di lingkungan perkotaan yang sibuk, kebutuhan akan makanan praktis semakin mendominasi, termasuk makanan beku. Produk ini disajikan dalam kondisi beku, siap dimasak dan dikonsumsi pada waktu tertentu, dengan tujuan memperlambat proses pembusukkan dan mengawetkan makanan untuk jangka waktu yang lebih lama. Kemudahan penyajian, kebersihan, harga terjangkau, dan praktisnya makanan beku menjadi pilihan utama masyarakat.Di Kota Parepare, industri makanan beku berkembang pesat, dengan AW *factory* sebagai salah satu pelaku utamanya. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk *frozen food* di AW *factory*.Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) variabel Bukti fisik, didapatkan koefisien regresi (b1) sebesar 0, 323, pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui T hitung sebesar 2,778 > 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,007< 0,05 (2) varabel Daya tanggap didapatkan koefisien regresi (b2) sebesar 0, 231. Pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui Thitung sebesar 2,344> 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,023< 0,05, (3) variabel jaminan didapatkan koefisien regresi (b3) sebesar 0, 361 pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui Thitung sebesar 2,785> 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,007< 0,05 (4) dan variabel empati, didapatkan koefisien regresi (b4) sebesar 0, 300. Pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui Thitung sebesar 2,856> 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,006< 0,05 .(6) Hipotesis kualitas pelayanan secara simultan, Hasil uji F menyatakan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6,530. Ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana nilai F_{tabel} hanya sebesar 2,39. Begitupun nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi yakni sebesar 0,05. Kesimpulan variabel bukti fisik,daya tanggap,jaminan,empati berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen *frozen food* AW *factory*. Variabel bukti fisik, daya tanggap,jaminan, empati dan kehandalan berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen *frozen food* AW *factory*.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan Konsumen, *frozen food*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Frozen food atau biasa di sebut dengan nama makanan beku diperkenalkan oleh bangsa Cina dan Jepang. Makanan beku awalnya dibuat untuk orang-orang yang terlalu sibuk, tidak mau atau tidak mampu menyiapkan makanan sendiri. Seiring dengan mulai berubahnya gaya hidup masyarakat dari konvensional ke modern banyak konsumen yang semakin selektif dalam mengonsumsi dan memilih produk yang diinginkan dan dibutuhkannya. Gaya hidup di lingkungan perkotaan yang sibuk cenderung mengutamakan kebutuhan praktis sehari-hari. Ini termasuk makanan yang dapat dimakan seperti makanan yang tersedia, persiapan makanan praktis, dan waktu penyajian makanan cepat saji. Makanan cepat saji yang paling diminati masyarakat adalah makanan beku.

Frozen food merupakan produk makanan yang sudah dikemas lalu disimpan beku dalam *freezer*, sehingga siap dimasak dan diolah pada waktu tertentu. Hal ini bertujuan untuk memperlambat proses pembusukkan dan mengawetkan makanan sampai berbulan-bulan tergantung jenis makanannya. *Frozen food* pada umumnya dipilih oleh masyarakat karena mudah disajikan, higienis, harga terjangkau, serta praktis. Dalam hal ini, perubahan gaya hidup masyarakat dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat terhadap pangan. Hal ini menjadi salah satu alasan dan peluang industri makanan untuk masuk ke bisnis *frozen food* terutama di kota.

Saat ini terdapat tiga industri *frozen food* semakin berkembang dikota Parepare, Salah satunya pelaku usaha yang mencerminkan tren ini adalah AW factory, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk beku di Kota Parepare. Dalam hal ini persaingan yang semakin ketat di industri makanan beku, kualitas layanan menjadi faktor krusial yang dapat membedakan sukses atau tidaknya sebuah perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi indikator utama dari kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam hal ini pembelian produk *frozen food* di AW factory.

AW factory memiliki reputasi yang baik dalam hal inovasi produk dan keberlanjutan kualitas. Namun, dengan perkembangan pesat dalam industri ini, penting untuk memahami bagaimana aspek-aspek kualitas layanan, seperti bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk *frozen food* yang ditawarkan oleh perusahaan ini.

Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan atau perasaan senang yang dicapai apabila produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen (Daryanto & Setyobudi, 2014). Dalam era persaingan pasar, suatu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Memberikan pelayanan yang lebih baik dan harga yang lebih murah dapat membuat pelanggan puas dibandingkan dengan kualitas layanan buruk, harga yang tinggi dan pelayanan yang buruk membuat pelanggan tidak puas, meskipun pada tingkat yang berbeda-beda. Jadi Perusahaan harus mampu menawarkan layanan yang berbeda atau lebih secara spesifik, bahkan harus memiliki ciri khas tersendiri untuk bisa memuaskan consume karena kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan konsumen akan tercipta.

Kepuasan konsumen adalah elemen kunci dalam menjaga kelangsungan bisnis. Konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan setia dan bahkan dapat berperan sebagai agen pemasaran dengan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Oleh

karena itu, untuk mengembangkan dan mempertahankan pangsa pasar yang kuat, bisnis seperti AW factory di Kota Parepare perlu memahami dan memenuhi harapan konsumen mereka. Kepuasan konsumen juga dapat menjadi indikator utama kesuksesan bisnis.

Dalam era persaingan bisnis yang intensif, penting bagi perusahaan untuk memahami apakah kualitas pelayanan yang mereka tawarkan kepada konsumen dapat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk tetap setia pada merek mereka. Masalah yang dihadapi adalah bagaimana kualitas pelayanan yang mereka terapkan memengaruhi kepuasan konsumen.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:Apakah bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen membeli *frozen food* di AW factory Kota Parepare.? Apakah bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen membeli *frozen food* di AW factoory Kota Parepare.?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:Untuk menganalisis secara parsial pengaruh bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen *frozen food* di AW factory Kota Parepare. Untuk menganalisis secara simultan pengaruh faktor bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan memiliki pengaruh secara Parsial terhadap kepuasan konsumen membeli *frozen food* di AWfactory Kota Parepare.

.

Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan informasi untuk perusahan tentang penerapan strategi pemasaran yakni kualitas pelayanan yang telah diterapkan di AWfactory Kota Parepare.
2. Sebagai bahan informasi kepada peneliti atau pelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di Jl. H. Arsyad No . 160 , Bukit Indah, Kec. Soreang, Kota parepare, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang ingin diteliti. atau keseluruhan generalisasi dari suatu organisasi maupun kelompok masyrakat yang mempunyai standart kualitas serta karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti/ penulis untuk diteliti, dipelajari, dipahami dan kemudian ditarik kesimpulannya dan sampel merupakan beberapa anggota atau sebagian dari wakil dari total pupulasi yang diteliti oleh penulis atau sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki dari total populasi yang ditentukan, dari hasil terkecil anggota populasi yang akan diambil menurut ketentuan yang sudah ditetapkan sehingga dapat mewakili populasinya (Arikunto, 2010)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pembeli di AW factory di kota parepare. Jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasaakan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. Selain itu penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (regresi linear berganda). Dalam teori Roscoe mengatakan bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (kolerasi atau regresi ganda), maka jumlah sampelnya adalah konsumen atau pembeli di AW factory dengan karakteristik usia minimal 18 tahun, dikarenakan usia 18 tahun adalah remaja tingkat akhir yang sudah mantap, stabil dan mampu memberikan pendapat dan menjawab

pertanyaan dalam koesioner (Deswita dalam Putri, 2015).Jadi karena penelitian ini terdiri dari 6 variabel (5 variabel independen dan 1 variabel dependen), maka jumlah sampelnya adalah 6x10= 60. Jadi sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 60 sampel

Analisis data

Penelitian ini menggunakan desain penelitian berupa Deksritif dan mengola data menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2010). Penelitian kuantitatif adalah penelitian berlandaskan data kongkrit (Positivistic), data penelitian yang berupa angka-angka yang diujur dengan menggunakan statistic sebagai alat hitungnya, terkait dengan penguji masalah yang akan diteliti (Sugiyono, 2016). Jenis sumber data yang akan digunakan adalah data primer dan sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Secara demografik karakteristik responden digolongkan dalam beberapa kriteria diantaranya adalah jenis kelamin, umur responden dan pendidikan terakhir yang dilaksanakan oleh masing-masing responden. Berdasarkan informasi yang telah didapat selama pengumpulan data, maka karekteristik responden akan dipresentasekan secara rinci sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1. Karakteristik Responden Berdasakan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	8	13 %
Perempuan	52	87 %
Total	60	100 %

Diketahui pada tabel 1.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin jumlah Laki-laki sebesar 13 % dan perempuan sebesar 87 % sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsemen AW factoryberjenis kelamin perempuan.

Ini disebabkan perempuan lebih dominan dalam urusan dapur kelurarga. Ini juga dikarenakan perempuan yang lebih memperhatikan rasa, kandungan gizi, dan juga tidak mengandung bahan pengawat artinya perempuan sangat peduli dengan makanan yang keluarga mereka konsumsi. Sehingga di AW factory dapat kita lihat perempuan lebih mendominasi daripada laki-laki.

b. Karakteristik responden berdasarkan umur.

Deskripsi karekteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 2. Karekteristik Responden Berdasarkan umur

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
20-29 tahun	14	23%
30-39 tahun	26	44%
40-49 tahun	18	30%
50-59 tahun	2	3%
Total	60	100%

Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan umur responden dapat kita lihat pada tabel 1.2. Karakteristik responden berdasarkan. Responden yang berusia 30-39 tahun mendominasi dengan tingkat presentase sebanyak 44% dan disusul responden yang berumur 40-49 tahun sebanyak 30%. Adapun responden yang berumur 20-29 sebanyak 23%. Serta predikat paling rendah dari presentase keseluruhan responden yakni berumur 50-59 tahun yang tingkat

presentasenya sebanyak 3%.Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang berumur 30-39 tahun memiliki presentase terbanyak yakni 44% ini disebabkan karena usia 30-39 tahun, terutama ibu rumah tangga, menunjukkan preferensi terhadap Gaya hidup yang padat dan jadwal kerja yang sibuk seringkali menjadi pemicu utama, mendorong orang-orang dalam rentang usia ini untuk mencari solusi makanan yang cepat dan praktis. Dalam konteks ini, produk frozen food memberikan kemudahan karena dapat diakses dengan mudah, disimpan untuk jangka waktu yang lama, dan memerlukan waktu persiapan yang relatif singkat. Selain itu, kesadaran akan kesehatan juga bisa memainkan peran penting, dengan konsumen di usia 30-39 tahun cenderung mencari opsi frozen food yang lebih sehat atau memiliki informasi nutrisi yang jelas. Perkembangan teknologi dalam pengemasan dan pembekuan juga menjadi daya tarik tambahan, menyajikan produk dengan kualitas dan rasa yang optimal. Terakhir, ketidaktersediaan waktu untuk berbelanja secara tradisional dapat mendorong kelompok ini untuk memilih produk yang mudah diakses, membantu memenuhi kebutuhan nutrisi tanpa mengorbankan efisiensi waktu mereka. Dengan demikian, kombinasi dari faktor-faktor ini berkontribusi pada dominasi belanja frozen food di kalangan orang-orang berusia 30-39 tahun.

c. Karekteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jtingkat pendidikan terakhir dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1.3. Karakteristik Respon Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SD	0	0%
SMP	4	7%
SMA	48	80%
Perguruan tinggi	8	13%
Total	60	100%

Total 60 100%

Berdasarkan tabel 1.3. dapat disimpulkan bahwa responden pendidikan terakhir jenjang SD sebesar 0%, pendidikan terakhir jenjang SMP sebesar 7%, pendidikan terakhir jenjang SMA sebesar 48% dan pendidikan terakhir jenjang perguruan tinggi sebesar 13%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan AW factory yang menjadi responden berpendidikan terakhir SMA.

Konsumen di AW factory yang telah menyelesaikan pendidikan terakhir SMA mereka, cenderung memiliki karakteristik konsumen yang mencerminkan kombinasi antara kecakapan, pengetahuan yang lebih luas, dan kontrol yang lebih besar terhadap waktu mereka. Dalam konteks belanja produk seperti frozen food, tingkat pendidikan yang lebih tinggi seringkali berkorelasi dengan kesadaran kesehatan yang lebih tinggi. Lulusan SMA dapat lebih cenderung memilih opsi frozen food yang menekankan nilai nutrisi dan kesehatan, dengan memperhatikan label nutrisi dan bahan-bahan berkualitas tinggi.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Ibu rumah tangga	36	60%
2	Wiraswasta	12	20%
3	PNS	5	8%

4	Karyawan	4	7%
5	Mahasiswa	3	5%
Total		60	100%

Hasil penelitian dengan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 1.5. Yang dimana berdasarkan pekerjaan Ibu rumah tangga mendominasi dengan nilai presentase sebanyak 60% dengan jumlah 36 orang, kemudian berdasarkan pekerjaan sebagai wiraswasta dengan nilai presentase 20% dengan jumlah 12 orang, menyusul pekerjaan sebagai PNS memiliki nilai presentase 8% dengan jumlah 5 orang. Dan mahasiswa dengan presentasi 5% dengan jumlah 3 orang. Ibu rumah tangga sering kali menjadi konsumen yang lebih dominan dalam belanja produk frozen food. Kehadiran frozen food menawarkan solusi praktis dalam persiapan makanan sehari-hari, yang sesuai dengan jadwal yang padat dan tanggung jawab rumah tangga yang melibatkan pengelolaan waktu, kebersihan, dan kenyamanan. Ibu rumah tangga memiliki tanggung jawab memasak dan menyediakan makanan untuk keluarga mereka. Produk frozen food memberikan kemudahan dengan waktu persiapan yang singkat, memungkinkan ibu rumah tangga untuk menyajikan hidangan berkualitas dengan efisiensi. Ini sangat penting dalam mengatasi kesibukan sehari-hari, terutama bagi mereka yang memiliki anak-anak atau anggota keluarga lain yang membutuhkan perhatian khusus.

Aspek ketersediaan dan penyimpanan dalam jangka panjang juga dapat menjadi pertimbangan bagi ibu rumah tangga. Frozen food dapat disimpan dalam waktu yang lebih lama, memberikan fleksibilitas yang diperlukan dalam merencanakan menu dan mengurangi kebutuhan untuk berbelanja secara rutin. Secara keseluruhan, preferensi ibu rumah tangga untuk belanja frozen food mencerminkan kebutuhan akan kemudahan, efisiensi waktu, dan kualitas dalam menyediakan makanan untuk keluarga, menjadikan produk ini pilihan yang praktis dan relevan dalam dinamika rumah tangga sehari-hari.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Cara untuk mengetahui analisis regresi linear berganda dengan melihat hasil output pada software SPSS 21 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.8. Output Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized coeffcients		SIG
	B	Std. Error	
(Constant)	6,002	4,907	0,227
Bukti fisik (X1)	0, 323	0, 116	0,007
Daya tanggap (X2)	0, 231	0, 098	0,023
Jaminan (X3)	0, 361	0, 130	0,007
Empati (X4)	0, 300	0, 105	0,006
Kehandalan (X5)	0, 153	0, 118	0,199

Model yang digunakan dalam menduga model tersebut adalah

y = a + b1 x1 + b2 x2 + b3x3+ e

Dari hasil regresi linear berganda pada tabel output 1.8. Dapat dirumuskan suatu persamaan regresi sebagai berikut :

Y= (6,002) + (0, 323)X1 + (0, 231)X2 + (0, 361)X3 + (0, 105)X4 + (0, 118)X5 + e

Interpretasi dari hasil persamaan tersebut, yaitu :

a = Nilai konstanta regresi sebesar 6,002 Menunjukkan besarnya nilai kepuasan konsumen AW factory kota Parepare yaitu sebesar 6,002. Jika variabel lain yakni variabel independent bukti fisik, daya tanggap ,jaminan, empati, kehandalan sama dengan nol atau bernilai konstan. Ini juga berarti kepuasan konsumen AW factory kota Parepare hanya sebesar 6,002 sebelum adanya faktor eksternal yakni kualitas pelayanan.

B1 X1= 0,323 Menunjukkan slope positif

atau koefisien arah positif untuk variabel bukti fisik (X1). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila bukti fisik naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0, 323 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

B2 X2 = 0,231 Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel daya tanggap (X2). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila daya tanggap naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0, 231 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

B3 X3 = 0, 361 Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel jaminan (X3). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila jaminan naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0, 361 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

B4 X4 = 0,300 Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel empati (X4). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila empati naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0, 300 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

B5 X5 = 0,153 Menunjukkan slope positif atau koefisien arah positif untuk variabel kehandalan (X5). Maka dapat diinterpretasikan bahwa apabila kehandalan naik sebesar 1%, maka kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,153 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan.

Pengujian Hipotesis

Uji T dan uji F adalah dua jenis statistik yang digunakan untuk mengevaluasi kecocokan hipotesis dengan hasil penelitian. Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara parsial dari variabel independen ke variabel dependen, sedangkan uji F bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan secara simultan pada variabel independent terhadap dependent. Cara untuk mengetahui analisis uji Tdan uji F dengan melihat hasil output pada software SPSS 21..

Uji T

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh variabel independen dalam model terhadap variabel dependen secara individual. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Untuk menunjukkan pengaruh individual variabel bebas terhadap variabel terikat juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya.hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 9. Ringkasan hasil uji T

Variabel	Signifikansi	Batas signifikansi
X1	0,007	0,05
X2	0,023	0,05
X3	0,007	0,05
X4	0,006	0,05
X5	0,199	0,05

Berdasarkan jumlah responden yaitu sebanyak 60 pelanggan AW factory diketahui nilai df=54, maka diketahui Ttabel adalah 2,004 pada taraf nyata 5%. Apabila t hitung > Ttabel atau nilai signifikansi < 0,05 berarti Ha diterima dan H0 ditolak dan sebaliknya. Maka hasil uji hipotesis yaitu sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama

Hipotesis pertama menyatakan

bahwa adanya pengaruh nyata dan pengaruh positif antara variabel bukti fisik terhadap kepuasan konsumen frozen food AW factory . Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, didapatkan koefisien regresi (b1) sebesar 0, 323, pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui T hitung sebesar 2,778 > 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,007< 0,05 karena koefisien regresi bernilai positif, maka hipotesis pertama yang berbunyi "Variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen AW factory " H0 ditolak dan H1 diterima.

2. Hipotesis kedua

Hipotesis kedua menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh nyata dan pengaruh positif antara variabel daya tanggap terhadap terhadap kepuasan konsumen AW factory. Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, didapatkan koefisien regresi (b2) sebesar 0, 231. Pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui Thitung sebesar 2,344> 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,023< 0,05 karena koefisien regresi t bernilai positif, maka hipotesis kedua yang berbunyi "Variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen AW factory" H0 ditolak dan H1 diterima.

3. Hipotesis ketiga

Hipotesi ketiga menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh nyata dan positif antara variabel jaminan terhadap terhadap kepuasan konsumen frozen food AW factory. Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, didapatkan koefisien regresi (b3) sebesar 0, 361 pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui Thitung sebesar 2,785> 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,007< 0,05 karena koefisien regresi bernilai positif maka, maka hipotesis ketiga yang berbunyi "Variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen AW factory" H0 ditolak dan H1 diterima.

4. Hipotesis keempat

Hipotesis keempat menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh nyata dan pengaruh positif antara variabel empati terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, didapatkan koefisien regresi (b4) sebesar 0, 300. Pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui Thitung sebesar 2,856> 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,006< 0,05 karena koefisien regresi bernilai positif, maka hipotesis kedua yang berbunyi "Variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen AW factory" H0 ditolak dan H1 diterima.

5. Hipotesis kelima

Hipotesi kelima menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh nyata dan positif antara variabel kehandalan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, didapatkan koefisien regresi (b5) sebesar 0, 153 pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat diketahui Thitung sebesar 1,301 > 2,004 dan nilai signifikansi sebesar 0,199< 0,05 karena koefisien regresi tidak bernilai positif maka, maka hipotesis ketiga yang berbunyi "Variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen AW factory" H0 ditolak dan H1 diterima.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Ini dilakukan melalui analisis regresi uji F simultan dimana dapat kita nilai dengan melihat besaran nilai pada F tabel. .Untuk

menunjukkan pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya.hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 10 Hasil Uji F

Nilai Signifikansi	**Batas Signifikansi**
0,000	0,05

Berdasarkan pengambilan keputusan yang apabila nilai signifikansi < 0.05 atau Fhitung > Ftabel maka dipastikan terdapat pengaruh variabel independent (experiential marketing) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumn, begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi > 0.05 atau Fhitung < Ftabel maka tidak terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Hipotesis kualitas pelayanan secara simultan dari tabel 1.10. Hasil uji F menyatakan bahwa nilai Fhitung sebesar 6,530. Ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung > Ftabel dimana nilai Ftabel hanya sebesar 2,39. Begitupun nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai signifikansi yakni sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan H1 diterima dan H0 ditolak.Artinya ada pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen yakni kepuasan konsumen.

Uji koefisien determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa berpengaruh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat yang dapat diindikasikan oleh nilai R-squared (Ghozali, 2016). Cara untuk mengetahui analisis uji koefisien determinasi dengan melihat hasil output pada software SPSS 21. Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk menguji seberapa besar perubahan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, Adapun hasil koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 1.11.

Tabel 1.11. Adjusted R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0, 714	0, 677	0, 619	0, 1.79606

Hasil pengujian regresi linear berganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi sebesar 67,7% merupakan perubahan variabel Y (kepuasan konsumen) di tentukan oleh perubahan variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandaalan sedangkan sisanya yaitu 32,3% ditentukan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

(Kuncoro, 2013), menyatakan bahwa model ini dilakukan agar kiranya dapat mengetahui seberapa jauh model untuk menjelaskan variabel dependent. Dimana nilai R2(R Square) berada di angka 0 dan 1. Jika angka nilai koefisien determinasi mendekati angka 0 maka kemampuan model dalam menjelaskan variabel lemah. Dan apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka 1 maka kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel dikatakan kuat. Tabel 1.14. menunjukkan bahwa nilai R2(R Square) = 0,677 yang dimana memiliki presentase sebesar 67,7% maka dapat dikatakan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen memiliki pengaruh yang kuat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan juga analisis data yang telah dilaksanakan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan uji t pada analisis kualitas

pelayanan frozen food AW factory kota parepare yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel bukti fisik dengan nilai probabilitas sebesar 0,007, daya tanggap nilai probabilitasnya sebesar 0,023, jaminan nilai probabilitasnya sebesar 0,007, dan empati nilai probabilitasnya sebesar 0,006 yang lebih kecil dari 0,05 Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen frozen food AW factory Kota Parepare

Berdasarkan uji f pada analisis kualitas pelayanan frozen food AW factory Kota Parepare berpengaruh secara bersama terhadap kepuasan konsumen dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Pihak AW factory Kota Parepare dapat meningkatkan kualitas kehandalan sehingga bisa meningkatkan kepuasan konsumen dari pada sebelumnya, dengan cara memberikan pelayanan yang lebih tanggap dan cepat agar konsumen lebih puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Peneliti selanjutnya dapat memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini, menyempurnakan kekurangan-kekurangan akibat adanya keterbatasan peneliti dalam penelitian ini dan juga memperbanyak jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

.

Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Daryanto., & Setyobudi, I. (2014). Konsumen Dan Pelayanan Prima. Malang: Gaya Media..

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23 (Edisi 8). Cetakan Ke Viii. Semarang :

Kuncoro, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitattif Dan R&D. Penerbit : Erlangga, Jakarta.

Putri Asmara Danti. 2015. Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Edukasi Kampung Coklat Di Kabupaten Blitar.Skripsi.Universitas Brawijaya.Malang.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Cetakan Ke-24. Bandung: Alfabeta.