PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TANGGUNG JAWAB, DAN INTEGRITAS TENAGA PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. CAHAYA PUTRA NGANJUK TAHUN 2016

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

NURMA

NPM : 13.1.02.02.0451

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh :

NURMA
NPM : 13.1.02.02.0451

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TANGGUNG JAWAB, DAN INTEGRITAS TENAGA PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. CAHAYA PUTRA NGANJUK

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal: 8 Agustus 2017

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Subagyo, M.M.	Restin meilina, M.M.
NIDN. 0717066601	NIDN. 0721058605

Skripsi oleh :

NURMA
13.1.02.02.0451

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TANGGUNG JAWAB, DAN INTEGRITAS TENAGA PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. CAHAYA PUTRA NGANJUK

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada tanggal :

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Subagyo.
2. Penguji I : Ema Nurzainul H, M.M
3. Penguji II : Restin Meilina, MM

Mengetahui,
Dekan FE

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama	: Nurma
Jenis Kelamin	: laki-laki
Tempat/tgl. lahir	: Nganjuk/ 06 januari 1994
NPM	: 13.1.02.02.0451
Fak/Jur./Prdi.	: Fakultas Ekonomi/ S1 MANAJEMEN

menyatakan dengan sebenanya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 25 Juli 2016
Yang Menyatakan

NURMA
NPM : 12.1.02.02.0416

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TANGGUNG JAWAB, DAN INTEGRITAS TENAGA PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV. CAHAYA PUTRA NGANJUK TAHUN 2016

NURMA

13.1.02.02.0451

Fakultas Ekonomi-Manajemen
Dr. Subagyo, M.M. dan Restin Meiliana, M.M.
Universitas Nusantara PGRI Kediri

ABSTRAK

Beberapa tahun belakangan ini, kegiatan ekonomi bangsa Indonesia telah tumbuh dimana didominasi oleh UKM. Oleh karena itu, CV. Cahaya Putra sabagai salah satu UKM, menyerahkan sepenuhnya kegiatan pemasaran kepada tenaga penjualan. Karena kepercayaan kepada tenaga penjualan adalah masalah yang krusial, dan itulah yang akan menentukan kepuasan konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas karena tenaga penjualan telah memberikan ketiga hal tersebut. Kepercayaan terdiri dari kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas.

Rumusan masalah rumusan penelitian ini yaitu apakah kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas tenaga penjualan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Populasi adalah para konsumen CV. Cahaya Putra dengan sampel 40 responden, Metode pengambilan sampel menggunakan purposive, data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner, selanjutnya diolah menggunakan linier regresi berganda dengan SPSS 20,0 for windows.

Berdasarkan hasil dan uji hipotesis, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, tanggung jawab, dan integritas secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji parsial juga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan tenaga penjualan, tanggung jawab tenaga penjualan dan integritas tenaga penjualan secara parsial terhadap kepuasan konsumen CV. Cahaya Putra Nganjuk.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, tanggung jawab atasan kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Semakin berkembangnya dunia usaha, persaingan juga semakin kompleks, termasuk persaingan dalam jual beli sapi. Persaingan tersebut meliputi persaingan memperoleh pelanggan dan memperoleh daerah pemasaran. Persaingan tersebut harus dimenangkan demi memperoleh kelangsungan dan eksistensi usaha. Berbagai cara dalam pemasaran dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam memperoleh pelanggan dan daerah pemasaran guna meningkatkan penjualan sehingga tercipta suatu keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

CV. Cahaya Putra bergerak dalam bidang jual beli sapi dengan menawarkan berbagai macam jenis sapi yaitu simetal, limusin, branggus, dan sapi lokal, tidak lepas dari persaingan dunia usaha tersebut. Keunggulan dari CV. Cahaya Putra yaitu pelayanan yang bagus, kebersihan, kenyamanan saat transaksi, setiap pembelian akan dipertanggung jawabkan, saat sapi sakit atau sapi tidak mau makan, sapi bisa ditukar balik, dan juga mengutamakan integritas dalam melakukan penjualan. Faktor pelayanan, tanggung jawab, dan integritas tersebut diharapkan dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Kotler (2006) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian, jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan loyal pada perusahaan, mau mempromosikan perusahaan dengan sukarela, yang akhirnya

dapat meningkatkan keuntungan perusahaan.

Menurut penelitian Wahyono, (2006:154-168), dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh UKM, kegiatan pemasaran dimulai dari mencari konsumen dan diteruskan dengan negosiasi lalu pemesanan dengan kegiatan terakhirnya yaitu pengiriman, sepenuhnya diserahkan kepada tenaga penjualan. Pendapat tersebut diaplikasikan oleh CV. Cahaya Putra dalam kegiatan pemasarannya. CV. Cahaya Putra menyerahkan sepenuhnya kegiatan pemasaran kepada tenaga penjualan (dadong), penjualan di pasar lebih mudah karena pemilik sapi mematok harga yang di tawarkan dan tenaga penjual menjual di atas harga yang di tentukan oleh pemilik (Blantik).

Dalam kegiatan jual beli sapi banyak masalah yang timbul terutama antara tenaga penjualan dengan para konsumen, seperti masalah penawaran sapi yang di tawar dengan harga di bawah rata-rata, kecurangan dalam pembayaran uang yang biasanya jumlah uangnya kurang, penipuan kualitas sapi yang di jual. Masalah-masalah tersebut dapat mengakibatkan para konsumen merasa tidak percaya dan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan tenaga penjualan,akibatnya para konsumen akan memutuskan untuk tidak memesan sapi, mereka akan menyebarkan berita atau informasi tentang kesan buruk tenaga penjual, sehingga mereka akan mengurungkan niat konsumen lain untuk membeli sapi. Hal ini akan mengakibatkan kerugian bagi CV. Cahaya Putra.

CV. Cahaya Putra perlu menyusun strategi dalam membuat keunggulan bersaing dengan mengutamakankepuasan konsumen pada CV. Cahaya Putra, salah satunya dengan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tenaga penjualan. CV. Cahaya Putra

harus memiliki tenaga penjual yang berperan sebagai ujung tombak penjualan danpemasaran. CV. Cahaya Putra harus membangun kepercayaan. Hal ini sesuai dengan strategi *Customer Relationship Marketing* atau Pemasaran Hubungan Pelanggan (Kotler dan Keller (2007 : 189). CRM sangatlah penting bagi CV. Cahaya Putra dalam membangun kepercayaan guna terciptanya kepuasan konsumen.

Wingjosoebroto (2001 :126) berpendapat bahwa kepercayaan kepada tenaga penjualan tercipta apabila para tenaga penjualan itu dimata para konsumen mempunyai *dependability*, *responsibility*dan *integrity***.** *Dependability* yang berarti semua hal yang dapat diandalkan dari tenaga penjualan dapat meliputi bagaimana tenaga penjualan itu memberikan pelayanan dalam hal penanganan pembayaran barang sampai mengecek barang itu tiap pengiriman. Jadi *dependability* yang dimaksud adalah kualitas pelayanan tenaga penjualan. *Responsibility* yang berarti tanggung jawab tenagapenjualandapat meliputi bagaimana seorang tenaga penjualan melakukan tugasnya dengan baik dan benar, serta setiap tugas yang dilakukan dapat dipertanggung jawabkan, sedangkan *integrity* yang berarti kejujuran tenaga penjualan dapat meliputi kejujuran dalam proses pencatatan jumlah uang, pengecekan, pengiriman serta pencatatan pembayaran. Hal–hal tersebut perlu diperhatikan guna menciptakan komitmen pada tenaga penjualan yang pada akhirnya menciptakan kepuasan konsumen.

Kepercayaan tenaga penjualan merupakan suatu hal yang krusial, karena kepercayaan itu merupakan penentu hubungan secara tidak langsung antara CV. Cahaya Putra dengan para konsumen. Kepercayaan terhadap tenaga penjualan timbul setelah melakukan sederet penilaian dan seleksi secara objektif terhadap

tenaga penjualan.Penilaian itu dapat berupa proses melihat, merasakan dan mengamati yang kemudian diteruskan dengan menyimpulkan tentang tingkah laku dan sikap dari tenaga penjualan, sedangkan seleksi itu dapat berupa suatu tindakan memilih hal-hal yang dianggap pantas, layak dan patut yang ada pada tenaga penjualan(Kotler, 2002 : 714-715).

Konsumen tidak hanya menginginkan pelayanan secara fisik tetapi juga pelayanan secara psikis. Pelayanan secara fisik adalah berupa pelayanan yang berwujud dan dapat dilihat, dan dirasakan oleh penjual yang dapat berupa perawatan sapi, mengganti tali sapi, dan sebagainya. Pelayanan secara psikis adalah pelayanan yang dapat dirasakan oleh jiwa para konsumen yang berupa kejujuran.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh kepercayaan kepada tenaga penjualan terhadap kepuasan konsumen, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul sebagai berikut : **”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tanggung Jawab, dan Integritas Tenaga Penjualan terhadap Kepuasan konsumen Pada CV. Cahaya Putra Nganjuk”**

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang di uraikan diatas, sehubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan tenaga penjual, tanggung jawab tenaga penjual, dan integritas tenaga penjualan, maka penulis mencoba mengidentifikasikan beberapa masalah yang akan diteliti dan dibahas, yaitu :

1. Banyak timbul masalah dalam kegiatan perdagangan sapi seperti masalah pemasaran sapi, kekurangan penghitungan uang, penipuan dalam kualitas sapi.

2. Masalah–masalah penjualan biasanya menyebabkan konsumen tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga memutuskan tidak membeli kembali, bahkan menyebarkan informasi buruk pada orang lain.
3. Masalah–masalah penjualan tersebut dapat mengakibatkan kerugian bagi CV. Cahaya Putra.
4. Untuk menetapkan kepuasan konsumen, konsumen harus memiliki kepercayaan kepda tenaga penjual.
5. Kepercayaan kepada tenaga penjual tercipta jika tenaga penjual memiliki kualitas pelayana, tanggung jawab, dan integritas.

C. Pembatasan Masalah

1. Penelitian dilakukan dengan batasan pada tenaga penjual CV. Cahaya Putra dan konsumen CV. Cahaya Putra di kawasan Nganjuk.
2. Variabel yang diteliti adalah kepercayaan kepada tenaga penjual yang meliputi kualitas pelayanan tenaga pennjual, tanggung jawab tenaga penjual, dan integritas tenaga penjualan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibuat maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan tenaga penjualan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk ?
2. Apakah tanggung jawab tenaga penjual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk ?
3. Apakah integritas tenaga penjual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk ?

4. Apakah kualitas pelayanan, tanggung jawab, dan integritas tenaga penjual berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengamati pengaruh kualitas pelayanan tenaga penjualan terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.
2. Untuk meganalisis dan mengamati pengaruh tanggung jawab tenaga penjualan terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.
3. Untuk menganalisis pengaruh integritas tenaga penjualan terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan tenaga penjual, tanggung jawab tenaga penjual, dan integritas tenaga penjual terhadap kepuasan konsumen sapi pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang mungkin diperlukan oleh perusahaan dalam mengambil keputusan mengenai pemilihan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan, khususnya mengenai strategi menciptakan kepercayaan kepada tenaga penjual agar tercipta kepuasan konsumen.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambahkan pengetahuan penulis dalam hal mempraktekan teori-teori yang telah diterima oleh penulis selama ini serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dari teori-teori yang diperoleh.

METODE PENELITIAN

Variable Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2004:33), variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas. Variabel dalam penelitian ini adalah : kualitas tenaga penjualan (X1), tanggungjawab tenaga penjualan (X2), integritas tenaga penjualan dan kepuasan konsumen (Y).

Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. Teknik penelitian

   Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Untuk memperoleh data tersebut peneliti menggunakan angket (kuisioner).

2. Pendekatan penelitian

   Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif.

Tempat penelitian

Lokasi penelitian ini adalah lokasi yang dijadikan peneliti untuk memperoleh data penelitian melalui penyebaran angket kuesioner kepada responden. Lokasi dalam penelitian ini di pada CV. Cahaya Putra di Dusun. Kepuh Bener Desa. Kedung Rejo Kec.Tanjunganom Kab. Nganjuk.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama 6 (empat) bulan yaitu sejak Februari – Juli 2015.

1. **Populasi**

Menurut Santoso dan Tjiptono (2003:79-80), mendefinisikan populasi sebagai sekumpulan orang atauobjek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapahal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi yang akan diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen CV. Cahaya Putra yang jumlahnya tidak bisa dikeahui (populasi tak terhingga)

2. **Sampel**

Menurut Santoso dan Tjiptono (2003:80) mendefinisikan sampel sebagai bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.

Teknik pengambilan sampel untuk mendapatkan sampel tersebut adalah metode *non probabilty sampling*, alasan digunakannya metode *non probability sampling* karena tidak diketahui banyaknya sampel (anggota populasi) yang akan terpilih, hal ini sehubungan dengan populasi yang tidak teridenfikasi. Sedangkan jenis *non probabilty sampling* yang

digunakan adalah *Purposiv sampling*. Menurut Sugiyono (2007:60), purposiv sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang diambil ditentukan terlebih dahulu karekteristiknya oleh peneliti dan karekteristik yang ada merupakan pengendali sampel yang digunakan adalah sama dengan karekteristik target populasi dimana perhatianya adalah konsumen pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.

Ukuran sampel ditentukan dalam penelitian ini sebesar 40 responden, hal ini dimaksudkan untuk mengoptimalkan waktu penelitian. Penentuan jumlah sampel di dasarkan atas jumlah konsumen selama 3 bulan.

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2004:146) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket.

Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Menurut Sugiyono (2004:109) mendefinisikan valid sebagai berikut " Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur".

Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuisioner. Suatu pernyataan dikatakan valid jika pernyataan tersebut mampu mengungkapkan apa saja yang hendak diukurnya, dimana seluruh item pernyataan dinyatakan valid dengan syarat $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2004:110) : "Instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila

digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama". Tingkat reliabilitas dapat dilihat dari hasil uji statistik *Cronbach alfa*. Dikatakan reliable apabila memberikan nilai *cronbach alfa* > 0,60.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

a. Kuisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono (2004:199). Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung. Kuesioner yang telah disusun diuji coba terlebih dahulu kepada responden, setelah teruji kemudian di sebarkan lagi kepada responden.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data secara terperinci dan mendalam yang dilakukan peneliti apabila jumlah responden kecil atau sedikit, Sugiyono (2004:137). Wawancara harus dilaksanakan dengan efektif dalam waktu yang singkat, namun dapat memperoleh informasi sebanyak-banyaknya. Wawancara dilakukan untuk melengkapi penelitian.

c. Dokumentasi

Metode penelitian juga harus melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya, Arikunto (2010:231).

d. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyrai cvri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yrang lain. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yrang diamati tidak terlalu besar, Sugiyono (2004:203).

e. Kepustakaan

Kepustakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mencari penjelasan yang lengkap melalui konsep-konsep teoritis dan penjabaran yrang jelas sehingga diperoleh data informasi yang lebih tepat, Sunyoto (2011:165).

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data. Menurut Singgih Santoso (2009:342) mengemukakan sebuah model regresi akan digunakan untuk melakukan peramalan sebuah model baik yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedostisitas, uji normalitas.

Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi yang melibatkan hubungan antara satu variabel tak bebas (Y) dihubungan dengan dua atau lebih variabel bebas (Sunyoto, 2011:126). Analisis yang menggambarkan estimasi pengaruh antara variabel *dependen* (Y) terhadap dua atau lebih variabel *independen* (X). Dalam penelitian ini dipakai dua variabel *independen* yaitu pendidikan (X_1) dan pelatihan kerja (X_2), dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dengan simbol R^2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik, Ana (2013). Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel *independen* (pendidikan dan pelatihan kerja) terhadap variabel *dependen* (prestasi kerja).

Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t merupakan analisis perbandingan satu variabel bebas. Uji t (*Uji Parsial*) digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan dari tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikat.

1) Apabila Thitung lebih kecil dari Ttabel maka Ho diterima, artinya masing-masing variabel pendidikan dan pelatihan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri.
2) Apabila Thitung lebih besar dari Ttabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya masing-masing variabel pendidikan dan pelatihan kerja berpengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable terikat.

1) Nilai signifikansi ≤ 0,05 : Ho ditolak
   Artinya variabel-variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2) Nilai signifikan > 0,05 : Ho diterima
   Artinya variabel-variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini untuk pengukuran validitas instrument penelitian digunakan correted item-total correlation, dari uji validitas diperoleh hasil seluruh pernyataan variable penelitian ini lebih dari 0,1348 menunjukan seluruh pernyataan dalam kuisioner dapat dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan dalam kuisioner penelitian dapat digunakan dalam penelitian ini.

Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan alpha cronbach. Suatu instrument dinyatakan reliable jika nilai alpha cronbach lebih besar dari 0,6. Dari uji reliabilitas kualitas pelayanan menunjukan nilai 0,611 , tanggungjawab menunjukan nilai 0,913, integritas penjual menunjukan nilai 0,618 dan kepuasan konsumen menunjukan nilai 0,628. Nilai-nilai tersebut menunjukan instrument penelitian masuk dalam kategori reliable karena lebih dari 0,6 **Uji Asumsi Klasik**

a. **Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah digunakan untuk menguji tentang kenormalan ditribusi data. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal maka digunakan pengujian Kolmogorov Smirnov Goodness of FitTest terhadap masing-masing variabel. Uji ini didasarkan pada perbandingan fungsi distribusi kumulatif sampel dengan fungsi distribusi kumulatif hipotesis.(Wahid Sulaiman, 2004:18).

Hipotesis dalam pengujian ini adalah :

H_0 : sampel ditarik dari populasi dengan distribusi tertentu atau normal

H_1 : sampel ditarik bukan dari populasi dengan distribusi tertentu atau tidak berdistribusi normal

Pengambilan Keputusan.

Asymp. Sig < taraf signifikansi (α) → Tolak H_0

Asymp. Sig > taraf signifikansi (α) → Terima H_0

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29792448
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.064
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.488
Asymp. Sig. (2-tailed)		.971

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas artinya terdapat hubungan linear yang sempurna diantara semua variabel *independent* dari model regresi. Menurut Ghozali (2005:91-92), "uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen)". Uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas atau variabel bebas dengan yang lainnya. Dalam analisis regresi berganda, maka akan terbentuk dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga akan mempengaruhi variabel tergantungnya. Produk regresi tidak terjadi multikolinieritas apabila :

1) Mempunyai nilai VIF < 10
2) Mempunyai angka TOLERANCE > 0,1

Berdasarkan hasil olah spss diketahui bahwa nilai VIF dari X1 sebesar 1,117 dan untuk X2 juga sebesar 1,070, X3 nilai 1,190. Hasil ini menunjukan variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas karena hasilnya lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas, adalah lawan dari homoskedastisitas yaitu varians gangguan untuk masing-masing pengamatan adalah konstan atau sama dalam arti tidak terjadi hubungan antara variabel penggangu dengan variabel bebasnya. Gejala heteriskedastisitas dapat diketahui dengan menggunakan korelasi rank Spearman. Dasar analisis yang digunakan yaitu jika nilai *Sig (2-tailed)*> 0,05, maka maka hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variant dari

residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau bebas Heteroskedastisitas (Wahid Sulaiman 2004 :88).

Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS. 20.0. diperoleh hasil :

Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskdastisitas

Correlations

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	-.084
		Sig. (2-tailed)	.618
		N	38
	X2	Correlation Coefficient	.065
		Sig. (2-tailed)	.697
		N	38
	X3	Correlation Coefficient	.023
		Sig. (2-tailed)	.891
		N	38
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	38

Sumber: Data primer diolah (2016)

Berdasarkan pada tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini baik X_1. X_2, danX_3, mempunyai nilai *Sig (2-tailed)*> 0,05, maka maka hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau bebas heteroskedastisitas, sehingga seluruh variabel bebas (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat dan variabel bebasnya adalah kepercayaan kepada tenaga penjualan yang terdiri dari Kualitas Pelayanan Tenaga Penjualan (X_1), Tanggung Jawab Tenaga Penjualan (X_2) dan Integritas Tenaga Penjualan (X_3). Perhitungan pada analisis regresi berganda ini

dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20.0 (*for windows*)

Tabel 4.11. Hasil Pendugaan Parameter Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error
1	(Constant)	4.899	1.690
	X1	.448	.099
	X2	-.320	.067
	X3	.416	.095

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.11 , maka dirumuskan moel regresi linier berganda sebagai berikut :

$Y = 4,899 + 0,448\ X_1 - 0,320\ X_2 + 0,416\ X_3$

Berdasarkan pada model persamaan regresi linier tersebut di atas, dapat diinterprestasikan, sebagai berikut :

$ß_0$ = kontanta 4,899

Nilai konstanta ($ß_0$) **s**ebesar 4,899 menunjukkan bahwa, nilai tabel Kualitas Pelayanan Tenaga Penjualan (X_1), Tanggung Jawab Tenaga Penjualan (X_2) dan Integritas Tenaga Penjualan (X_3) sama dengan nol, maka besarnya nilai tabel kepuasan konsumen Hubungan Dengan CV. Cahaya Putra (Y) sama dengan 4,899 satuan.

$ß_1$ = Koefisien Regresi untuk X_1 = 0, 448

Nilai konstanta ($ß_1$) **s**ebesar 0,448 nilai ($ß_1$)yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara tabel kepuasan konsumen dengan tabel kualitas pelayanan tenaga penjualan , yang

artinya jika nilai tabel kualitas pelayanan tenaga penjualan , naik sebesar 1 satuan, maka besarnya nilai variabel kepuasan konsumen akan naik sebesar 0,448 satuan dan sebaliknya, dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya bersifat konstan

$ß_2$ = Koefisien Regresi untuk X_2 = - 0, 320

Nilai konstanta ($ß_2$) **s**ebesar -0,320 nilai ($ß_2$)yang negatif menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan antara variabel kepuasan konsumen (Y) dengan variabel tanggung jawab tenaga penjualan (X_2) yang artinya jika nilai variabel tanggung jawab tenaga penjualan (X_2) naik sebesar 1 satuan, maka besarnya nilai variabel kepuasan konsumen (Y) akan turun sebesar 0,320 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya bersifat konstan

$ß_3$ = Koefisien Regresi untuk X_3 = 0,416

Nilai konstanta ($ß_3$) **s**ebesar 0,416 nilai ($ß_3$)yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah Kepuasan konsumen(Y) dengan variabel integritas tenaga penjualan (X_3) yang artinya jika nilai variabel integritas tenaga penjualan (X_3) naik sebesar 1 satuan, maka besarnya nilai variabel kepuasan konsumen(Y) akan naik sebesar 0,416 satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya bersifat konstan.

Pembahasan

1. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil uji t pada tabel 4.13, menunjukan bahwa secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan) dan *responsiveness* (ketanggapan) memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Allan, (2008) dan Bernadata (2007) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Tanggung jawab Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t pada tabel 4.13, menunjukan bahwa secara parsial produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara produk terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cahaya Putra. Hal ini membuktikan bahwa tidak berwujud, bervariasi dan tidak terpisahkan memberikan

pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Allan (2008) yang menunjukan bahwa tanggung jawab berpengaruh terhadap kepuasan konsumen .

3. Pengaruh Integritas Tenaga Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t pada tabel 4.13, menunjukan bahwa secara parsial integritas tenaga penjualan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen dengan integritas tenaga penjualan pada CV. Cahaya Putar. Hal ini membuktikan bahwa kejujuran dan ketepatan pengiriman berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Allan (2008) yang menunjukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tanggung Jawab, dan Integritas Tenaga Penjualan berpengaruh pada Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian uji F pada tabel

4.14 menunjukan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas tenaga penjual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari α = 0,05, hal ini berarti variabel independen (kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas tenaga penjual) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) pada CV. Cahaya Putra Nganjuk. Hasil ini sesuai dengan pendapat kotler dan keller keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas tenaga penjual. Perusaan harus bisa memahami kebutuhan dan perilaku konsumen dengan baik sehingga terciptanya kepuasan konsumen. Hal ini di dasarkan dari definisi singkat dari pemasaran adalah "memahami kebutuhan dengan cara yang menguntungkan" (Kotler dan Keller, 2007:5).

Hasil analisis koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 4.11 besar pengaruh kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas tenaga penjual terhadap adalah sebesar 79,8%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 20,2% akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini. Jadi sangat jelas bahwa (kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas tenaga penjual) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, tanggung jawab dan integritas tenaga penjualan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cahaya Putra Nganjuk, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.
2. Tanggung jawab berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cahaya Putra Nganjuk
3. Integritas tenaga penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.

Secara simultan (bersama) kualitas pelayanan, tanggung jawab, dan integritas tenaga penjualan berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV. Cahaya Putra Nganjuk.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2006*,"Manajemen Pemasaran (Edisi Keduabelas Jilid 1)"*, Jakarta : Indeks

Kotler, Philip, 2005*," Manajemen Pemasaran (Edisi Millenium 2)",*Jakarta: Prenhallindo

Kotler, Philip, 2005*,"Manajemen Pemasaran (Edisi Kesebelas Jilid 1)"*, Jakarta : Indeks

Lupiyoadi, Rambatdan A. Hamdani, 2006,"Manajemen PemasaranJasa", Jakarta :SalembaEmpat

Michael Hittdan Duane Ireland dan Robert E Hoskisan, 2001*,"Manajemen Startegis",*Jakarta :SalembaEmpat

Nasir, Moh, 2005*,"Metode Penelitian",*Bogor :Ghalia

Nasution, Drs. M.N, 2001*," Total Quality Management",*Jakarta :Ghalia Indonesia

Santoso, SinggihdanTjiptonoFandi, 2003*,"Riset Pemasaran",*Jakarta :Gramedia

Sinisalo, Jakko & Salo, Jari & Leppaniemi, Matti & Karjaluoto, Heikki, 2005*,"InitationStage A Mobile Customer Relathionsip Management",* Finlandia : International Journal Of Mobile Marketing, hal 2005-2009

Sulaiman, Wahid, 2005*,"AnalisisregresiMenggunakan SPSS",*Yogyakarta :Andi

Sumarni, Murti dan Soeprihanto, John*," Pengantar Bisnis",* Yogyakarta : Liberty

T.H. Tambun, Dr. Tulus, 2005, *"Usaha Kecil dan Menengah",* Jakarta : Salemba Empat

Wong, Ami danSohal, Amrik , 2005*," An Examination of Relationship between Trust, Commintment and relationship Quality",* Australia : International Journal of Retail and Distribusi Management.