Bab 5
Analisis

5.1 Analsis

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan di bab sebelumnya, selanjutnya dilakukan proses analisis.

5.1.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap jumlah konsumen yang datang.

Hipotesa awal penelitian ini menentukan bahwa bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi jumlah konsumen JG CIWASTRA yang datang. diukur oleh dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangbile*. Dari setiap variabel dimensi kualitas pelayanan tersebut diukur oleh indikator-indikator atau variabel teramati yang mempengaruhinya.

Penelitian ini menggunakan metode *path analysis* (Analisis jalur) yang didasarkan atas variabel laten yang hanya dapat diamati secara tidak langsung dan tidak sempurna melalui efeknya pada variabel teramati. Variabel laten terbagi menjadi 2 yaitu variabel eksogen dan endogen. Dalam hal ini variabel *reliability, responsiveness, assurance*, *dan emphaty, tangbile*. yang merupakan dimensi kualitas pelayanan dianggap sebgai variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi dan termasuk ke dalam variabel eksogen, sedangkan variabel yang dipengaruhi yaitu jumlah konsumen yang merupakan variabel terikat dan termasuk variabel endogen.

5.1.1.1 Hasil Pengolahan *Path Analysis* Mengunakan *SPSS 16.0*

Reliability memiliki nilai t-values sebesar 0.172 yang berarti mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap jumlah konsumen. Sedangkan nilai pengaruh total *Reliability* terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,03 (3%).

Responsiveness memiliki nilai t-values sebesar 0,039 yang berarti mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap jumlah konsumen. Sedangkan nilai pengaruh total *Responsiveness* terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,01 (1%).

Assurance memiliki nilai t-values sebesar -0,116 yang berarti mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap jumlah konsumen. Sedangkan nilai pengaruh total *Assurance* terhadap kepuasan konsumen sebesar 0.01 (1%).

Emphaty memiliki nilai t-values sebesar 0,371 yang berarti mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap jumlah. Sedangkan nilai pengaruh total *Emphaty* terhadap kepuasan konsumen sebesar -0,05 (-5%).

Tangible memiliki nilai t-values sebesar -0,408 yang berarti mempunyai pengaruh negatif secara signifikan terhadap jumlah konsumen. Sedangkan nilai total pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,19 (19%).

5.1.1.2 Dominasi Dimensi Kualitas Pelayanan

Dari pengaruh dimensi kualitas pelayanan hanya dimensi *Tangible* secara signifikan mempengaruhi jumlah konsumen Yamaha JG CIWASTRA, berdasarkan diketahui bahwa pengaruh *Tangible* lebih dominan dengan pengaruh sebesar 0,19 (19%).

5.1.2 Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

langkah selanjutnya untuk mencari pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel dimensi kualitas pelayanan jasa dengan jumlah konsumen yang datang ke JG CIWASTRA dan yang akan di total kan menjadi pengaruh total atau pengaruh bersama sama semua dimensi kualitas pelayanan terhadap jumlah konsumen JG CIWASTRA

1. Pengaruh langsung
    a. Variabel *Reliability* memiliki nilai 0,04 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    b. Variabel *Responsiveness* memiliki nilai 0,00 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    c. Variabel *Assurance* memiliki nilai 0,05 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    d. Variabel *Emphaty* memiliki nilai 0,08 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    e. Variabel *Tangible* memiliki nilai 0,28 terhadap jumlah konsumen yang datang.

2. Pengaruh tidak langsung
    a. Variabel *Reliability* akan tetapi melalui variabel *Responsiveness* memiliki besar pengaruh -0,01 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    b. Variabel *Responsiveness* akan tetapi melalui variabel *Assurance* memiliki besar pengaruh 0,01 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    c. Variabel *Assurance* akan tetapi melalui variabel *Emphaty* memiliki besar pengaruh -0,04 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    d. Variabel *Emphaty* akan tetapi melalui *Tangible* memiliki besar pengaruh -0,13 terhadap jumlah konsumen yang datang.
    e. Variabel *Tangible* akan tetapi melalui variabel *Responsiveness* memiliki besar pengaruh -0,10 terhadap jumlah konsumen yang datang.

Dari semua nilai total pengaruh antara variabel *Reliability*, *Responsiveness, Assurance, Emphaty,* dan *Tangible* terhadap jumlah konsumen yang datang, yang di hitung secara manual didapatkan nilai 0,19 atau 19% dan perhitungan dengan *SPSS 16.0* dapat dilihat dari output ***model summary*** nilai dari ***R square*** yaitu 0,19 atau sebesar 19%

yang artinya terdapat pengaruh yang berarti antara kualitas terhadap jumlah konsumen yang datang ke JG CIWASTRA.

5.1.3 Uji Keberartian Koefisien Jalur

Uji hipotetsis berdasarkan perhitungan yang sudah di lakukan dengan *SPSS 16.0* dapat diketahui bahwa dari masing-masing variabel pengaruh kualitas pelayanan terhadap jumlah konsumen JG CIWASTRA secara partial terdapat pengaruh akan signifikan bisa dapat dilihat dari hasil dari table ***coefficients*** nilai t hitung terhadap table t dengan 5 varibel kualitas pelayanan jasa memiliki nilai t hitung *Reliability* 0,172 dan nilai *sig* 0,872, *Responsiveness* 0,039 dan nilai *sig* 0,971, *Assurance* -0,116 dan nilai *sig* 0,913, *Emphaty* 0,371 dan nilai *sig* 0,729, *Tangible* -0,408 dan nilai *sig* 0,704 nilai tersebut lebih kecil dari nilai t tabel (db_2=4) sebesar 2.13 artinya hasil penelitian ini nilai dari tiap variabelnya berada di daerah H_0 di terima