

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA TRAVEL CV. SARI MURNI MAHARANI PASURUAN

Ricky Nurvan Indra Putra¹, Nunuk Indarti², Etta Mamang Sangadji³

^{1,2,3}Universitas PGRI Wiranegara

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 27-29, Tembokrejo, Purworejo, Pasuruan, Jawa Timur

e-mail: ¹wahyunanu21@gmail.com, ²nunukindarti53@gmail.com, ³sangadji_23@yahoo.com

Submitted: 27 August 2024

Accepted: 5 September 2024

Published: 6 September 2024

Abstrak

Traveling kini menjadi gaya hidup populer di Indonesia dan banyak diminati oleh masyarakat. CV. Sari Murni Maharani Tour and Travel tidak hanya berfokus pada bisnis travel, tetapi juga berkomitmen untuk memberikan pengalaman liburan yang nyaman bagi pelanggan. Perusahaan ini dipilih sebagai objek penelitian karena tenaga profesionalnya yang memahami kebutuhan pelanggan serta sistem tim yang terintegrasi dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Sari Murni Maharani Pasuruan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, menggunakan data primer dan sekunder dengan sampel 87 pelanggan yang diambil melalui teknik acidental sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda serta uji asumsi klasik, uji parsial, dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas pelayanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t-hitung masing-masing 3,270 dan 2,530, serta signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F-hitung sebesar 14,475 dan signifikansi 0,000.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Traveling is now a popular lifestyle in Indonesia and is in great demand by the public. CV. Sari Murni Maharani Tour and Travel not only focuses on the travel business, but is also committed to providing a comfortable holiday experience for customers. This company was chosen as the object of research because of its professional staff who understand customer needs and a well-integrated team system. This study aims to measure the effect of service quality and trust on customer satisfaction at CV. Sari Murni Maharani Pasuruan. This type of research is quantitative, using primary and secondary data with a sample of 87 customers taken through the acidental sampling technique. Data were collected using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression and classical assumption tests, partial tests, and simultaneous tests. The results of the study showed that partially, service quality and trust have a significant positive effect on customer satisfaction, with t-count values of 3.270 and 2.530 respectively, and a significance of 0.000. Simultaneously, both variables have a significant effect on customer satisfaction with an F-count value of 14.475 and a significance of 0.000.

Keywords: Service Quality, Trust, Customer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Traveling kini telah menjadi gaya hidup yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, terutama sebagai cara untuk menghabiskan jatah cuti atau melepas penat. Aktivitas ini mencakup perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, baik untuk liburan, berziarah, atau sekadar hobi di lokasi yang tidak biasa. Peningkatan keinginan untuk traveling menunjukkan tren yang terus berkembang, didorong oleh berbagai faktor (Wicaksono dan Seminari, 2016). Kualitas jasa yang baik berpotensi menimbulkan loyalitas konsumen, yang dapat menarik pelanggan baru dan mendorong promosi dari mulut ke mulut. Kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan jasa, seperti dalam industri tour and travel. Saat ini, banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam menyelenggarakan layanan yang efektif dan efisien, yang berdampak pada kualitas pelayanan dan perlindungan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen yang baik di bidang pelayanan dan penyuluhan diperlukan untuk

memenuhi harapan konsumen, menciptakan kepuasan, dan memenangkan kompetisi di pasar yang semakin ketat (Tjiptono, 2020).

Maraknya travel abal-abal telah menurunkan kepercayaan calon pengguna terhadap biro perjalanan, sehingga diperlukan manajemen pelayanan yang baik agar pelanggan merasa nyaman. Ciri pelayanan yang baik mencakup karyawan profesional, sarana prasarana memadai, produk yang sesuai, tanggung jawab dari awal hingga akhir, serta komunikasi yang jelas dan pengetahuan yang memadai. Persaingan yang ketat antara biro perjalanan membuat pelanggan bingung memilih yang terbaik. CV. Sari Murni Maharani, yang berdiri sejak 2020 dan berlokasi di Pasuruan, merupakan salah satu biro perjalanan resmi yang telah menarik banyak pelanggan dengan layanan yang memadai untuk wisata dan ziarah.

Penulis memilih CV. Sari Murni Maharani Tour and Travel Pasuruan sebagai objek penelitian karena perusahaan ini memiliki tenaga profesional yang memahami kebutuhan pelanggan dan bekerja dalam tim yang saling terhubung dengan keahlian masing-masing. Mereka berkomitmen untuk menjalankan amanah pelanggan dengan sebaik-baiknya, seperti mengembalikan kelebihan biaya hotel jika harga turun atau menyerap biaya tambahan jika harga naik tanpa membebani pelanggan. CV. Sari Murni Maharani bukan hanya fokus pada orientasi bisnis travel wisata, tetapi juga berupaya memberikan pengalaman liburan yang nyaman dan memuaskan. Meskipun banyak biro perjalanan, CV. Sari Murni Maharani tetap dikenal karena keramahan, fasilitas sebanding dengan harga, serta fleksibilitas dalam jam kerja untuk pendaftaran, yang mendukung tingginya minat calon pelanggan (Profil CV. Sari Murni Maharani, 2024).

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan yang menilai apakah kebutuhan dan persyaratan mereka terpenuhi (Ismanto, 2020:156). Kepuasan ini berkaitan dengan perasaan senang atau puas atas produk atau jasa yang diberikan, yang bisa mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Jika pelanggan merasa bahwa layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka, hal ini akan meningkatkan loyalitas dan kemungkinan pelanggan baru. Loyalitas pelanggan yang tinggi menguntungkan perusahaan karena mereka cenderung tidak mencari alternatif lain dan mungkin melakukan promosi mulut ke mulut. Kualitas pelayanan, yang melibatkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian, sangat penting untuk menjaga image perusahaan dan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih jasa. Perusahaan yang terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk mereka akan lebih mampu menarik dan mempertahankan pelanggan, karena setiap orang menginginkan pelayanan terbaik dalam bidang jasa (Santoso, 2019).

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan yang menilai apakah kebutuhan dan persyaratan mereka terpenuhi (Ismanto, 2020:156). Kepuasan ini berkaitan dengan perasaan senang atau puas atas produk atau jasa yang diberikan, yang bisa mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Jika pelanggan merasa bahwa layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka, hal ini akan meningkatkan loyalitas dan kemungkinan pelanggan baru. Loyalitas pelanggan yang tinggi menguntungkan perusahaan karena mereka cenderung tidak mencari alternatif lain dan mungkin melakukan promosi mulut ke mulut. Perusahaan yang terus meningkatkan kualitas pelayanan dan produk mereka akan lebih mampu menarik dan mempertahankan pelanggan, karena setiap orang menginginkan pelayanan terbaik dalam bidang jasa (Santoso, 2019).

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Travel CV. Sari Murni Maharani Pasuruan”.

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat kuantitatif yang menganalisis tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam hal ini berupa pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Jasa Travel CV. Sari Murni Maharani. Metode penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numeric (angka) yang diolah dengan metode statistika. Terkait dengan hal tersebut, maka tehnik penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah analisis regresi linier berganda. Tempat penelitian ini dilakukan di CV. Sari Murni Maharani Dsn. Wulu 002/002 Mendalan Kec. Winongan Kabupaten Pasuruan.

Partisipan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa travel CV. Sari Murni Maharani sebanyak 670 pelanggan yang di ambil dari data bulan Mei – Juni 2024 (sumber : data pelanggan CV. Sari Murni Maharani). Teknik yang digunakan adalah accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan artinya siapa saja yang bertemu dengan peneliti dilokasi penelitian maka orang tersebut dapat dijadikan sampel. Penentuan ukuran sampel responden dapat digunakan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$
$$n = \frac{670}{670(10\%)^2 + 1}$$
$$n = \frac{670}{670(0,01)+1}$$
$$n = 87.0129 \text{ (87 Pelanggan)}$$

Dalam penelitian ini, jawaban responden kemudian diberikan skor dengan skala tertentu. Skala Likert merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menunjang panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS untuk menguji dan mengetahui hasil penelitian ini. Adapun uji analisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif; analisis regresi linear berganda; uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas; uji hipotesis: meliputi uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi (R²).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Analisis Data

1) Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2017) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

a) **Kualitas Pelayanan (X1)**

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (X1)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Kategori
	5	4	3	2	1			
Keandalan	18	41	25	0	3	87	3,81	Baik
	90	164	75	0	3	332		
Daya Tanggap	13	45	25	2	2	87	3,74	Baik
	65	180	75	4	2	326		
Jaminan	12	40	30	3	2	87	3,65	Baik
	60	160	90	6	2	318		
Perhatian	24	40	21	0	2	87	3,96	Baik
	120	160	63	0	2	345		
Bukti Fisik	11	41	33	1	1	87	3,68	Baik
	55	164	99	2	1	321		
Nilai Rata rata Variabel Kedisiplinan (X1)							3,76	Baik

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan masuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan sebesar 3,76. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh CV. Sari Murni Maharani telah menumbuhkan rasa Kepuasan terhadap Pelanggan.

b) **Kepercayaan (X2)**

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kepercayaan(X2)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Kategori
	5	4	3	2	1			
Kemampuan	11	41	28	5	2	87	3,62	Baik
	55	164	84	10	2	315		
Kebaikan Hati	10	44	32	0	1	87	3,71	Baik
	50	176	96	0	1	323		
Integritas	5	56	22	3	1	87	3,70	Baik
	25	224	66	6	1	322		
Nilai Rata rata Variabel Kedisiplinan (X1)							3,67	Baik

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel Kepercayaan masuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan sebesar 3,67. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan yang diberikan oleh CV Sari Murni telah menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap pelanggan yang telah menggunakan jasa travel dengan baik.

c) **Kepuasan Pelanggan (Y)**

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Rata-rata	Kategori
	5	4	3	2	1			
Kesesuaian Harapan	14	47	22	0	4	87	3,77	Baik
	70	188	66	0	4	328		
Minat Berkunjung Kembali	12	46	25	1	3	87	3,72	Baik
	60	184	75	2	3	324		

Kesediaan	11	45	25	3	3	87	3,66	Baik
Merekomendasikan	55	180	75	6	3	319		
Nilai Rata rata Variabel Kedisiplinan (X1)							3,71	Baik

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa jawaban responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan masuk dalam kategori baik, hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan sebesar 3,71. Hal ini menunjukkan bahwa kesetiaan konsumen, ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan, mereferensikan sudah sangat baik.

2) Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

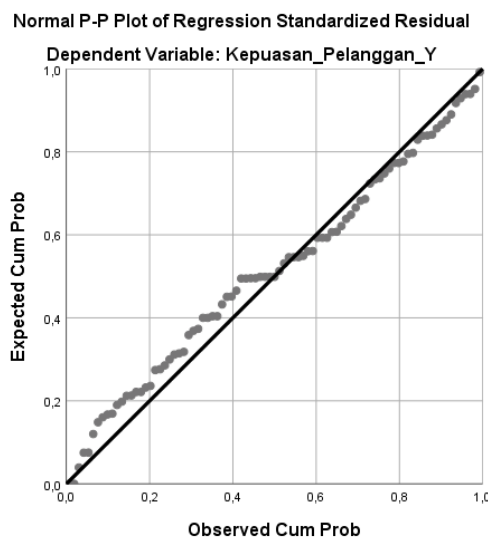
Tabel 4 Uji Normalitas One Sample Kolmogorov Smirnov

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Normal

Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4 di atas menunjukkan hasil uji normalitas yang dihasilkan responden, bahwa nilai signifikansi pada kolmogorov-smirnov sebesar 0,200 yaitu lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Grafik 1 Uji Normalitas Probability Plot



Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan pada grafik 2 di atas yang dihasilkan responden dapat diketahui bahwa pada grafik normal P-P plot of regresion standardized residual juga memberikan pola distribusi normal, karena terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis lurus diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

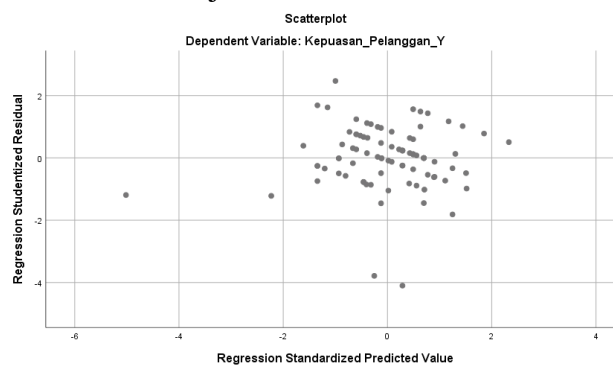
Variabel	Collinearity statistic		Keterangan
	Colliearity tolerance	Nilai VIF	
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,828	1,208	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepercayaan (X ₂)	0,828	1,208	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat diketahui bahwa perhitungan nilai tolerance menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai tolerance < 0,10 maka berarti dalam penelitian ini tidak terjadi masalah dalam uji multikolinearitas. Demikan juga dengan hasil perhitungan nilai VIF, dari kedua variabel bebas yang diuji tidak ada nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Grafik 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot



Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Dari grafik 2 dapat memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar diatas maupun dibawahangka 0 pada sumbu Y, serta tidak mempunyai pola yang jelas atau tidak membentuk suatu pola. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai sebagai prediksi.

d) Uji Linieritas

Tabel 6 Hasil Uji Linieritas

Hubungan antar Variabel	Deviation From Linearity		Keterangan
	Nilai Sig.	Alpha	
Kualitas Pelayanan (X ₁) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	0,063	0,05	Terdapat hubungan Linier
Kepercayaan (X ₂) dengan Kepuasan Pelanggan (Y)	0,075	0,05	Terdapat hubungan Linier

Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 6 di atas, diperoleh nilai deviation from linearity nilai sig. variabel Kualitas Pelayanan (X₁) sebesar 0,063 > 0,05 dan nilai sig. variabel Kepercayaan (X₂) sebesar 0,075 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara



variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dan variabel Kepercayaan (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

3) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1 (Constant)	2,848	1,566		1,819	,003					
Kualitas_Pelayanan_X1	,249	,076	,338	3,270	,000	,447	,336	,308	,828	1,208
Kepercayaan_X2	,328	,130	,262	2,530	,000	,402	,266	,238	,828	1,208

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y

Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + e$$

$$Y = 2,848 + 0,249X1 + 0,383 X2 + e$$

4) Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Secara Parsial

Variable independent	Variable dependent	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	3,270	1,988	0,000	Menerima Ha. Menolak Ho
Kepercayaan (X2)		2,530		0,000	

Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa hasil perhitungan diketahui bahwa diperoleh thitung untuk X1 sebesar 3,270 > ttabel 1,988 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV.

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa hasil perhitungan diketahui bahwa diperoleh thitung untuk X2 sebesar 2,530 > ttabel 1,988 dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, berarti ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Sari Murni Maharani.



b) Uji Simultan (Uji F)**Tabel 9** Hasil Analisis Uji Simultan

<i>Variable independent</i>	<i>Variable dependent</i>	f_{hitung}	f_{tabel}	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kepuasan Pelanggan (Y)	14,475	3,11	0,000	Menerima Ha Menolak H ₀
Kepercayaan (X ₂)					

Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa hasil uji-F melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan Ftabel, dimana untuk mencari Ftabel yaitu dengan rumus $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$, dimana $n =$ jumlah sampel sedangkan k adalah banyaknya variabel (bebas dan terikat). Sampel dalam penelitian ini yaitu CV. Sari Murni Maharani, dimana sampel berjumlah 87 maka didapatkan Ftabel sebesar 3,11 dengan taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil perhitungan uji F responden menunjukkan bahwa Fhitung sebesar 14,475. Ini berarti bahwa $F_{hitung} 14,475 > F_{tabel} 3,11$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 <$ taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H₃ diterima dan H₀ ditolak, berarti ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pelanggan pada CV.

c) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R₂)**Tabel 10** Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	,738 ^a	,671	,634	1,239	,757	6,520	2	84	,686	1,899

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan_X2, Kualitas_Pelayanan_X1

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y

Sumber: Data SPSS Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 10 *model summary* di atas, menunjukkan nilai koefisien determinasi (R₂) berdasarkan responden menunjukkan angka R Square 0,671 atau 67,1% yakni berarti variasi variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan, sisanya 32,9% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pada Kualitas Pelayanan dan promi berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan pelanggan sebesar 32,9%.

b. Pembahasan**1) Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian dilakukan terhadap 87 responden dari Pelanggan CV. Sari Murni Maharani. Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner didapatkan hasil pada uji t sebesar $3,270 >$ ttabel 1,988 dengan nilai signifikan 0,000 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Kuswanto (2009), terkait dengan faktor – faktor yang mempengaruhi Tingkat kualitas pelayanan terhadap Tingkat kepuasan pelanggan, yang menyimpulkan adanya hubungan antara kualitas

pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Murti, 2013) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (survey pada nasabah PT Bank Pembangunan daerah Jawa Timur cabang Pasuruan) yang menyimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2) Pengaruh Variabel Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan terhadap 87 responden dari Pelanggan CV. Sari Murni Maharani. Berdasarkan data dengan melihat uji t dapat diketahui nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selanjutnya dengan memperhatikan nilai thitung $2,530 > t_{tabel} 1,988$ sehingga dapat dikatakan variabel Kepercayaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Michael B. Pontoh, Lotje Kawet dan Willem A. Tumbuan (2014) tentang kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI cabang Manado yang menyimpulkan terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan 0,000.

3) Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil perhitungan uji F menunjukkan bahwa Fhitung sebesar 3.216. Ini berarti bahwa Fhitung $5,520 > F_{tabel} 3,11$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 < taraf\ signifikansi\ 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Diah Pranasari et al, (2022) yang mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan kepercayaan dapat menunjang keberhasilan perusahaan di masa depan, dengan meningkatkan kualitas dan kepercayaan secara berkala dan selalu memberikan inovasi yang baru terhadap layanan jasa yang diberikan maka pelanggan akan merasa adanya sebuah kepuasan tersendiri saat menggunakan jasa yang diberikan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada uji t secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan CV Sari Murni Maharani.
2. Berdasarkan hasil hipotesis pada hasil uji t secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Sari Murni Maharani.
3. Berdasarkan hasil hipotesis pada uji secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pelanggan CV Sari Murni Maharani.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, ditemukan saran sebagai berikut:

1. Bagi CV Sari Murni Maharani : Peningkatan kualitas pelayanan lebih ditekankan lagi sehingga semakin banyaknya pelanggan yang tertarik untuk menggunakan jasa Travel CV Sari Murni Maharani.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya : Disarankan untuk memasukan variabel variabel lainnya yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Sehingga akan memberikan informasi dan hasil yang beragam terkait faktor apa yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, R., & Gunadi, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Ojek Online (Studi Kasus pada Gojek/Go Ride di Kelurahan Halim Perdanakusuma, Jakarta Timur). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2).
- Ayuningtyas, K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 63-76.
- Dahlia, D. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tiki Cabang Utama Samarinda. *Ekonomia*, 8(1), 13-24.
- Kesuma, E., & Amri, M. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Sulthan Hotel Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 4(4), 176-192.
- Kurniawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Hewan Pet Smile. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 9(2), 186-191.
- Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Globat Jet Express (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).
- Ovidani, Z., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Dafam Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 167-174.
- Wahyono, A., & Ardiansyah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Digital, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopeefood. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 21-33.
- Yunus & Budiyanto. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Narita Hotel Surabaya.