



**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi pada Amarta-Elsa Nasution *Swimming School* Malang)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**ASTRI KUSUMA HIDAYATI**

NPM 217.010.9.2059



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**MALANG**

**2024**

## RINGKASAN

Astri, 2024. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Amarta-Elsa Nasution *Swimming School* Malang). Dosen Pembimbing 1 : Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Dosen Pembimbing 2 : Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen”. Studi ini mengambil permasalahan mengenai apakah kepercayaan berdampak signifikan pada kepuasan konsumen, apakah kualitas layanan berdampak signifikan pada kepuasan konsumen, selanjutnya apakah secara bersamaan kepercayaan dan kualitas layanan memiliki dampak pada kepuasan konsumen. Tujuan dari studi ini guna mengetahui dampak kepercayaan dan kualitas dari pelayanan pada kepuasan konsumen. Jenis pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi walimurid Amarta-Elsa Nasution *Swimming School* Malang, dan memakai teknik sampel jenuh dengan total responden 65 orang. Kuesioner digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data yang kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistik 25.

Berdasarkan temuan dalam studi ini menyatakan variabel kepercayaan dan kualitas dari pelayanan berdampak signifikan pada kepuasan konsumen yang memperoleh hasil masing – masing sebagai berikut : thitung lebih besar ttabel yaitu  $7,752 > 1,670$  dengan tinggi signifikannya  $0,00 < 0,05$ , mengartikan kepercayaan berdampak pada kepuasan konsumen. Nilai thitung diatas ttabel yaitu  $7,427 > 1,670$  pada variabel kualitas layanan dan tinggi signifikansinya  $0,00 < 0,05$ , berarti kualitas dari pelayanan berdampak pada kepuasan konsumen. Pengujian secara simultan didapatkan hasil perhitungan Fhitung berada diatas Ftabel yakni  $118,573 > 4,000$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan hasil 0,793, mengartikan pada kepuasan konsumen dapat diterangkan dengan kepercayaan dan kualitas dari pelayanan sebesar 79,3% untuk sisanya 20,7 terpengaruhi oleh factor lain yang tidak dipelajari pada studi ini. Dengan nilai koefisien beta terbesar yaitu 0,523, mengindikasikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan, seperti yang terungkap dari hasil uji regresi linier berganda.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

## SUMMARY

Astri, 2024. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Amarta-Elsa Nasution *Swimming School* Malang). Dosen Pembimbing 1 : Dr. Rini Rahayu Kurniati, M.Si, Dosen Pembimbing 2 : Dadang Krisdianto, S.Sos., M.Si.

---

---

*This study is entitled "The Effect of Trust and Service Quality on Customer Satisfaction". This study takes the problem of whether trust has a significant impact on customer satisfaction, whether service quality has a significant impact on customer satisfaction, then whether trust and service quality together have an impact on customer satisfaction. The purpose of this study is to determine the impact of trust and quality of service on customer satisfaction. This type of research uses quantitative methods with a population of Amarta-Elsa Nasution *Swimming School* Malang students, and uses a saturated sample technique with a total of 65 respondents. Questionnaires were used in this study to collect data which were then processed using IBM SPSS Statistics 25.*

*Based on the findings in this study, the variables of trust and quality of service have a significant impact on customer satisfaction, which obtained the following results respectively: The  $t_{count}$  is greater than the  $t_{table}$ , namely  $7.752 > 1.670$  with a significant height of  $0.00 < 0.05$ , meaning that trust has an impact on customer satisfaction. The  $t_{count}$  value above the  $t_{table}$  is  $7.427 > 1.670$  on the service quality variable and the significance is  $0.00 < 0.05$ , meaning that the quality of service has an impact on customer satisfaction. Simultaneous testing obtained the results of the calculation of  $F_{count}$  above  $F_{table}$ , namely  $118.573 > 4.000$  with a significance of  $0.00 < 0.05$ . In the coefficient of determination ( $R^2$ ), the result is 0.793, meaning that customer satisfaction can be explained by trust and quality of service by 79.3% for the remaining 20.7 affected by other factors not studied in this study. With the largest beta coefficient value of 0.523, it indicates that trust has a dominant influence, as revealed by the results of multiple linear regression tests.*

*Keywords: Trust, Service Quality, Consumer Satisfaction*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pertumbuhan pada sebuah negara selalu ditunjang oleh kemajuan kualitas manusianya. Perkembangan kualitas manusia salah satunya didorong oleh pendidikan. Indonesia sebagai Negara yang menjunjung tinggi pendidikan serta berkomitmen membangun kualitas masyarakatnya. Perkembangan zaman pada saat ini berubah sangat pesat, seperti halnya pada perkembangan teknologi dan pendidikan. Peran pendidik tentunya membantu siswa untuk dapat mengikuti perkembangan zaman. Semakin banyak orang di era modern memahami pentingnya pendidikan. Akibatnya, semakin banyak pula kebutuhan akan layanan pendidikan untuk meningkatkan mutu pendidikan. Jika dilihat sebagai komoditas, pendidikan merupakan layanan yang dapat dipasarkan secara efektif menggunakan teknik pemasaran layanan. Selain pendidikan formal, pendidikan non formal juga salah satu penunjang untuk kemajuan sumberdaya manusia.

Lembaga pendidikan non formal merupakan salah satu lembaga yang sistem pendidikan dilakukan dengan cara mengajarkan siswa secara lebih personal yang dibandingkan pendidikan formal di sekolah. Adanya pendidikan non formal ini untuk membantu meningkatkan *softskill*, berbagai macam pendidikan non formal salah satunya di bidang olahraga.

Olahraga adalah salah satu aspek yang paling penting dalam hidup. Dengan olahraga yang teratur akan sangat membantu manusia untuk mewujudkan kesehatan jasmani dan rohani, serta mewujudkan masyarakat

yang maju, adil dan makmur. Kemudian olahraga juga dapat membangun mental dan karakter yang kuat, serta membangun nilai lainnya, seperti disiplin, semangat pantang menyerah, bangkit dari kekalahan, kerjasama, dan sportif. Kondisi tersebut memberikan peluang bisnis yang sangat menarik dan menjanjikan untuk peningkatan ekonomi terutama para pelaku *entrepreneur*.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh para *entrepreneur* adalah menciptakan peluang pendidikan non formal di bidang olahraga. Adanya usaha jasa di bidang kesehatan, penerapan pola konsumsi masyarakat yang dapat membawa perubahan di dalam pola kehidupan akan penyedia jasa juga ikut terpengaruhi. Salah satu upaya *entrepreneur* dalam bidang jasa olahraga yakni usaha kursus renang yang banyak difokuskan oleh beberapa olahragawan. Usaha kursus renang ini merupakan peluang yang dapat diambil oleh semua kalangan, khususnya bagi mereka yang memiliki minat untuk olahraga renang tersebut. Tempat atau usaha kursus renang yang unggul serta mempunyai daya saing juga harus memiliki prinsip atau standar dalam sistem pengelolaannya agar dapat bersaing dengan kompetitor. Selain memilih dan melakukan berbagai pendekatan untuk kesuksesan dalam bisnis olahraga, kiranya juga perlu dibangun sebuah komunikasi yang baik dengan berbagai pihak. Dengan komunikasi mampu memecahkan adanya sebuah konflik, sehingga akan didapatkan konsep solusi yang lebih berkualitas, meskipun akan ada sebuah perubahan, namun perubahan tersebut mengarah ke yang lebih baik. Maka dari itu, pelaku usaha kursus renang wajib memahami tentang standar mengenai kompetensi



pelatih, materi, teknik, layanan, serta fasilitas bagi para pengguna layanan dan kepercayaan konsumen. Salah satu usaha bidang kesehatan yang terfokus dalam dunia keolahragaan khususnya renang yang berdomisili di Kota Malang, yaitu Amarta-Elsa Nasution *Swimming School*.

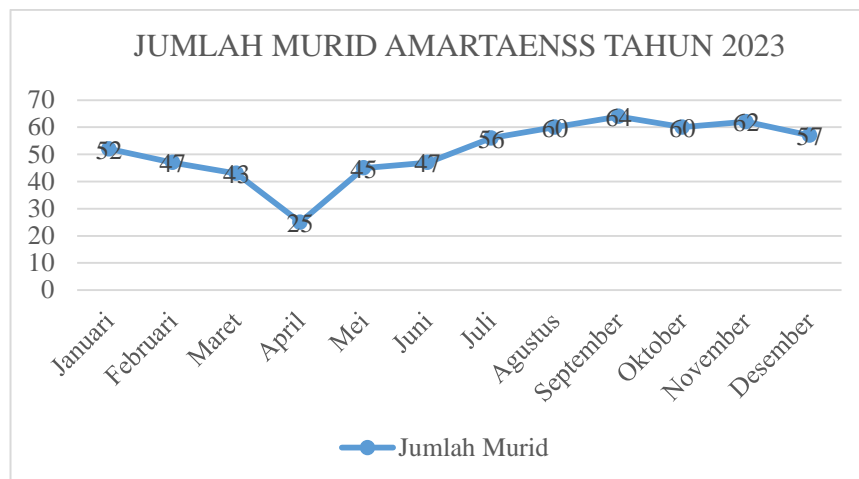
Amarta-Elsa Nasution *Swimming School* atau yang sering disebut AmartaENSS merupakan *Swimming school* pertama di Kota Malang berdiri tahun 2021 pada saat *Covid-19* melanda seluruh dunia. Sekolah ini didirikan oleh mantan atlet nasional Indonesia yaitu Elsa Manora Nasution yang bekerjasama dengan klub renang *Amarta Aquatic* Kota Malang. Pengawasan kegiatan *Swimming school* AmartaENSS dilakukan oleh *Management* ENSS sebagai induk pengajaran sentral. Perwakilan *Management* pusat AmartaENSS di Malang dipimpin oleh Fibriani Ratna Marita salah satu atlet renang bertaraf internasional. Kursus renang di AmartaENSS dimulai dari usia 3,5 tahun sampai dewasa usia 30 tahun, dengan masing-masing kategori kelas sesuai dengan level yang dicapainya yakni Tingkat *Basic*, Tingkat *Intermediate* serta Tingkat *Advance*.

Metode pengajaran bertahap berdasarkan kurikulum diperkenalkan kepada para murid, antara lain memperkenalkan anak dengan lingkungan kolam renang dan saat berada di dalam kolam, mempelajari dasar keselamatan di lingkungan kolam renang, memulai proses pelajaran berenang dengan situasi dan kondisi yang nyaman dan menyenangkan, serta menuntun dan mengawasi perkembangan murid agar mencapai ketrampilan dalam melakukan 4 gaya renang yakni Gaya Bebas atau *Freestyle*, Gaya Dada atau *Breaststroke*, Gaya Kupu atau *Butterfly*, dan Gaya Punggung atau

*Backstroke*. Sistem ini akan menjadi panduan wajib setiap pelatih atau pengajar di dalam memberikan pelatihan terhadap para anggota. Panduan pengajaran bertahap merupakan satu sistem pelatihan yang dilaksanakan oleh ENSS. Metode ini dipergunakan oleh kepala pelatih Elsa Manora Nasution berdasarkan pengalaman yang didapat dari pelatihannya sebagai Atlet Nasional Indonesia di Australia dan juga Amerika Serikat.

Kelebihan dari AmartaENSS sendiri antara lain metode pengajaran melalui kurikulum ENSS Tangerang Selatan, dalam setiap 3 bulan para anggota akan menjalani evaluasi untuk mengetahui hasil pelatihan tersebut yang kemudian hasil pelatihan akan dituangkan ke dalam bentuk laporan atau *report*, memiliki kalender pembelajaran, sertifikat dari masing-masing gaya renang, serta pelatih yang berlisensi. Dengan adanya *Swimming school* pertama di Kota Malang serta materi berdasarkan kurikulum menjadi *point* penting bagi AmartaENSS untuk dikenal oleh kalangan meluas khususnya masyarakat Kota Malang.

Namun, selain kelebihan, suatu perusahaan pasti memiliki kekurangan dalam mengelola perusahaannya. Salah satu kekurangan dalam usaha ini adalah ketidakstabilan dalam hal jumlah murid yang mendaftar. Dibuktikan berdasarkan catatan pendaftaran selama tahun 2023 pada tabel berikut ini:



**Gambar 1. Jumlah Murid AmartaENSS Tahun 2023**  
Sumber : data diolah (Desember 2023)

Data diatas murid yang bergabung dalam AmartaENSS *Swimming School* di bulan Januari dengan jumlah 52 murid, bulan Februari dengan jumlah 47 murid, bulan Maret dengan jumlah 43 murid, pada bulan April mengalami penurunan drastis dengan jumlah 25 murid, bulan Mei dengan jumlah 45 murid, bulan Juni dengan jumlah 47 murid, bulan Juli dengan jumlah 56 murid, bulan Agustus dengan jumlah 60 murid, bulan September dengan jumlah 64 murid, bulan Oktober dengan jumlah 60 murid, bulan November dengan jumlah 62 murid, dan di bulan Desember mengalami penurunan dengan jumlah 57 murid. Penurunan jumlah murid terpantau dimulai pada bulan Januari sampai dengan bulan April. Pada bulan Mei terpantau mengalami kenaikan jumlah murid sampai dengan bulan September. Terjadi kembali penurunan jumlah murid pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember. Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa AmartaENSS mengalami ketidakstabilan jumlah murid yang mempengaruhi tingkat kepercayaan Konsumen dan kualitas pelayanan pada AmartaENSS.



Melalui Kotler dan Keller (2016:25) diketahui adanya sebuah kepercayaan ditandai dengan kesiapan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnisnya. Kepercayaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor interpersonal dan interorganisasi, termasuk kecakapan, kualitas, kebenaran, dan kebajikan suatu organisasi.

**Tabel 1. Perbedaan Kelas Les Berenang**

Kelas Renang Private	Kelas Renang Semi-Private
Sistem latihan dengan tatap muka ( <i>one o one</i> )	Sistem latihan dengan tatap muka berkelompok
Penentuan jadwal latihan sesuai dengan kebutuhan pribadi	Penentuan jadwal latihan sesuai dengan ketentuan
Biaya kursus tidak dalam bentuk paket	Biaya kursus terdiri dari beberapa paket atau variatif
Kurangnya interaksi sosial dengan teman sebaya	Interaksi sosial dengan teman sebaya lebih terjalin
Durasi waktu latihan fleksibel	Durasi waktu latihan sudah ditentukan

Sumber: data diolah, Mei 2024

Kriteria pelanggan untuk memilih kursus renang privat atau semi-privat dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan dan ambisi unik mereka, menurut statistik yang ditunjukkan pada tabel di atas.

Salah satu elemen yang paling penting dalam ekspansi perusahaan terutama pada bidang jasa adalah kepercayaan, karena kepercayaan merupakan bukti keseriusan konsumen atas pelayanan jasa yang diterimanya. Membangun rasa saling percaya merupakan langkah awal untuk membangun kepercayaan antara dua orang. Ketika rasa percaya terjalin antara pelanggan dan pelaku usaha, kualitas dan kepuasan dapat ditingkatkan secara lebih efektif. Dalam hubungan transaksional, kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan antara dua pihak, yang didasarkan pada asumsi bahwa masing – masing pihak akan melaksanakan

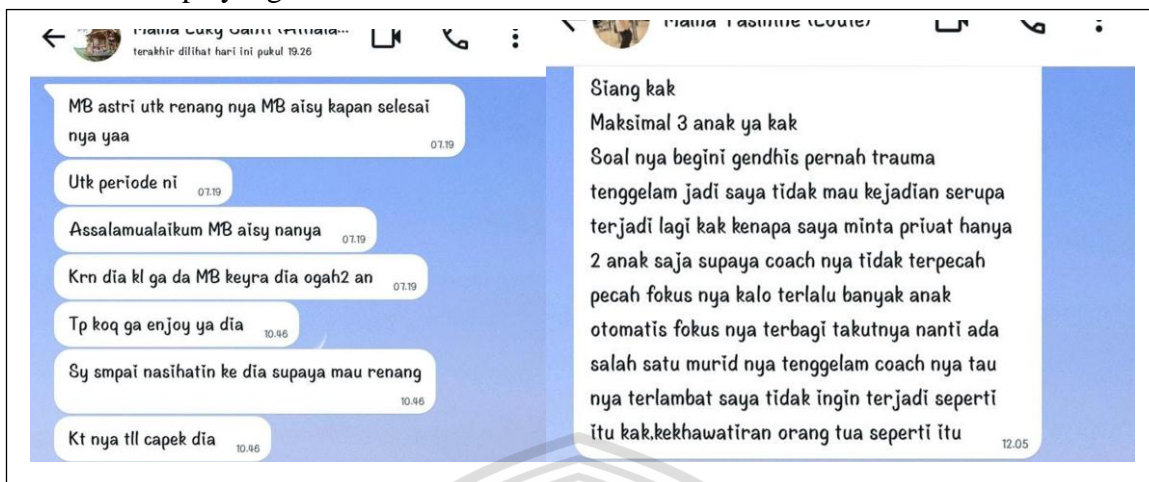
tanggung jawabnya sebagaimana yang diharapkan, menurut Rofiq (2007), sebagaimana dirujuk dalam Priansa (2017).

Pelayanan juga merupakan faktor penentu yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa pada kursus AmartaENSS. Untuk meningkatkan kolaborasi konsumen, layanan pelanggan melibatkan berbagai tindakan dari berbagai domain perusahaan. Tujuannya adalah menyatukan proses dari pemesanan hingga penyampaian hasil layanan melalui komunikasi (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Keberhasilan bisnis di masa depan sangat bergantung pada kualitas layanan, dan untuk memenuhi harapan pelanggan, organisasi perlu menyediakan layanan yang sangat baik. Perusahaan perlu memaksimalkan kinerja mereka agar tetap kompetitif. Disamping itu, tingkat kualitas dari layanan juga memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan pelanggan. Suatu perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya untuk mendapatkan kepuasan pada konsumen. Pada hal ini, peneliti menemukan bahwa konsumen AmartaENSS merasa tidak puas pada pelayanan.

Sasaran utama mutu layanan adalah untuk memenuhi keinginan dan tuntutan pelanggan serta menjamin pengiriman yang tepat guna memenuhi harapan mereka. Oleh karena itu, mutu yang ditawarkan difokuskan pada pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan sekaligus menjaga ketepatan pengiriman untuk memenuhi harapan pelanggan. Standar-standar ini penting karena menjadi panduan untuk mengevaluasi kepuasan dan mutu.

Kotler dan Armstrong (2016) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu kerangka kerja yang membandingkan layanan yang diharapkan

pelanggan dari iklan, saran dari orang lain, serta pengalaman sebelumnya sesuai apa yang diterima atau alami.



**Gambar 2. Bentuk Permintaan Walimurid kepada Admin**

Sumber: data diolah, Juni 2024

Bentuk permintaan seperti gambar diatas menunjukkan bahwa harapan wali murid untuk proses anak kedepannya kepada para pelatih yang melatih kelas program masing-masing sesuai kategori kelas, dan pelayanan yang diberikan oleh admin maupun *Management AmartaENSS* harus sesuai dengan kebutuhan para wali murid agar mendapatkan rasa puas serta terbentuk rasa percaya kepada aturan atau SOP *Management AmartaENSS* yang berlaku.

Menciptakan kebahagiaan klien merupakan faktor krusial dalam menjamin keberhasilan perusahaan yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Dalam pembangunan ekonomi negara, sektor jasa mempunyai peran sangat penting yang harus diutamakan. Hal ini dapat diketahui dari kontribusi yang diberikan sektor tersebut dalam penampungan tenaga kerja, menciptakan lapangan pekerjaan dan potensi bagi negara. Priansa (2017) mendefinisikan kepuasan pelanggan dengan tingkat kepuasan atau

ketidakpuasan seseorang ketika mereka membandingkan pengalaman aktualnya dengan apa yang mereka antisipasi.

Berkembangnya sektor ekonomi di segala bidang dan aspek menjadi tantangan tersendiri bagi AmartaENSS terutama pada bidang olahraga. Kepercayaan dan kualitas pelayanan menjadi faktor utama sebuah perusahaan untuk mempertahankan konsumennya. Jika konsumen merasa faktor-faktor tersebut tidak mendukung, maka konsumen akan beralih pada kompetitor lain. Pada penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 65 responden pada AmartaENSS .

Mengikuti pada studi sebelumnya dari Rahmadiansyah (2022) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek di Kota Surabaya” yang mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen pada Go-Jek di Kota Surabaya terpengaruhi secara positif oleh pelayanan yang berkualitas, kepercayaan, juga harga.

Pengharapan pada studi ini mampu memberikan kontribusi untuk masyarakat khususnya orang tua sebagai konsumen layanan jasa bidang keolahragaan melalui kualitas pelayanan yang ditampung guna menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen dalam melaksanakan kegiatan sesuai kebutuhan. Oleh karena itu, peneliti sangat ingin untuk menggunakan judul riset **“Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Amarta-Elsa Nasution *Swimming School* Malang).**

## B. Rumusan Masalah

1. Apakah kepercayaan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)?
2. Apakah kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)?
3. Apakah kepercayaan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.
2. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara parsial.
3. Untuk menjelaskan pengaruh kepercayaan ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan.

## D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini dalam bidang teoritis yaitu menjadi salah satu cara mengembangkan serta mendukung teori-teori yang telah diperoleh di perguruan tinggi. Perkembangan teori selanjutnya akan dijadikan sebagai bahan studi ilmiah dalam penelitian yang lebih lanjut. Penelitian ini dapat



memperkaya bidang penelitian terutama bidang pemasaran dalam lembaga bisnis baik skala mikro, kecil, menengah, maupun besar.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan : Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi AmartaENSS *Swimming School* agar dapat menerapkan ilmu kualitas pelayanan yang lebih baik bagi para konsumen, dan menimbulkan rasa kepercayaan konsumen yang baik bagi perusahaan, serta mampu meningkatkan kepuasan dan harapan bagi para konsumen.
- b. Bagi Universitas : Penelitian ini dapat memberikan sumbangan penelitian keilmuan bagi perguruan tinggi. Tambahan penelitian ini diharapkan akan memperbanyak referensi keilmuan dan penelitian yang dilakukan selanjutnya terkait dengan bidang pemasaran lembaga bisnis jasa.
- c. Bagi Peneliti: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk lebih memahami dan menambah wawasan di bidang jasa, khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan. Selain itu, penelitian ini juga diperlukan untuk menyelesaikan program studi Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB).
- d. Bagi Masyarakat : Penelitian ini memberikan manfaat bagi masyarakat secara luas untuk menambah pengetahuan mengenai

berbagai bidang bisnis dan menambah informasi guna mempermudah masyarakat sebagai konsumen maupun produsen dalam mengambil keputusan yang tepat.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis membagi ke dalam beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini penulis mengemukakan ringkasan latar belakang masalah, yang menguraikan landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang sudah ada, dimana akan dijadikan alasan pada pembuatan penelitian ini. Perumusan masalah berisi tentang permasalahan, fenomena yang terjadi sehingga dijadikan pertanyaan pada saat penelitian. Tujuan penelitian merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai mengacu pada latar belakang masalah, rumusan masalah, dan hipotesis yang diajukan. Manfaat penelitian berisi mengenai manfaat penelitian ini untuk dapat membantu berbagai pihak yang bersangkutan serta sistematika pembahasan yang akan dilakukan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini penulis menyajikan uraian penelitian terdahulu yang akan dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang

berhubungan dengan penelitian yang peneliti lakukan, serta menguraikan penelitian mengenai landasan teori yang sesuai dengan pembahasan yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi, kerangka berfikir, dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini peneliti penjelasan mengenai rancangan variabel penelitian dan efisiensi operasional dimana hal ini akan digunakan dalam penelitian dan sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian dengan menyebutkan profil perusahaan, hasil analisis berupa data, dan penjelasan mengenai pertanyaan yang tertera dalam rumusan masalah yang telah tercantum.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini menjelaskan kesimpulan hasil penelitian secara garis besar dan dengan penelitian pokok yang menjawab tujuan penelitian dan juga mengenai saran yang merupakan implementasi dari penemuan-penemuan ataupun rekomendasi



tentang studi lanjutan dan kebijakan-kebijakan yang akan datang.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Analisis ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan berlandaskan pada tinjauan dan pembicaraan tentang “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada *Swimming school* Amarta-Elsa Nasution Malang)”. Sebanyak enam puluh lima orang tua diberikan kuesioner dan data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, pencatatan, dan metode lainnya.

Berdasarkan uraian yang diberikan, kesimpulan berikut dapat dibuat::

1. Hasil uji t menyatakan bahwa faktor kepercayaan mempunyai dampak parsial yang penting pada kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan oleh angka t yang melebihi nilai t tabel ( $7,752 > 1,670$ ) dan nilai signifikan yang lebih rendah dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Akibatnya,  $H_a$  diterima, sedangkan  $H_0$  ditolak. Implikasinya adalah bahwa peningkatan kepercayaan satu unit akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen yang sesuai. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam kepuasan konsumen, karena kepuasan meningkat ketika orang tua merasakan rasa percaya dan aman di AmartaENSS.
2. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa faktor kualitas dari layanan mempunyai dampak parsial yang substansial pada kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan oleh angka t yang melampaui t tabel ( $7,427 > 1,670$ ) dan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari



0,05 ( $0,000 \leq 0,05$ ). Selanjutnya,  $H_a$  diterima, sedangkan  $H_0$  ditolak. Kepuasan konsumen akan meningkat akibat peningkatan kualitas layanan sebesar satu unit. Kepuasan konsumen meningkat secara signifikan ketika orang tua menerima layanan yang luar biasa dari AmartaENSS. Kualitas layanan merupakan hal mendasar untuk mencapai hasil ini.

3. Kepuasan konsumen (Y) dipengaruhi oleh kepercayaan (X1) dan kualitas layanan (X2), sebagaimana dibuktikan oleh nilai F hitung yang melampaui nilai F tabel ( $118,573 > 4,000$ ) pada hasil Uji F. Implikasinya adalah bahwa kepuasan konsumen secara kolektif dipengaruhi oleh semua variabel independen, termasuk kepercayaan dan kualitas layanan. Tingkat kepercayaan dan kualitas layanan yang lebih tinggi mengarah pada tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi.

## B. Saran

Para akademisi dapat memberikan rekomendasi berikut berdasarkan hasil penelitian ini::

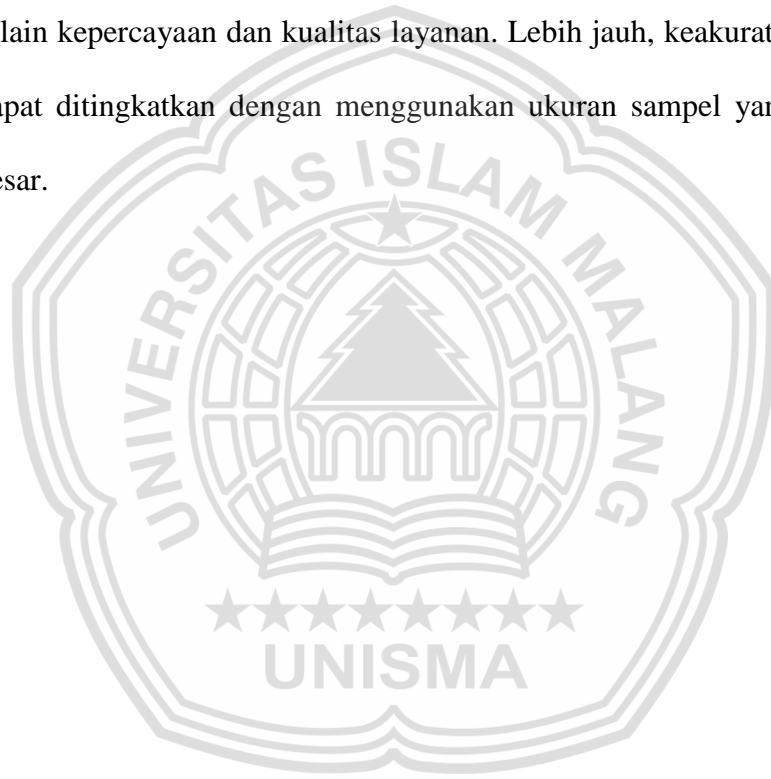
1. Bagi Perusahaan

Item X1.3 (risiko yang dirasakan) memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,23 untuk kepercayaan, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil penelitian. Disarankan agar *Swimming school* Amarta-Elsa Nasution Malang menjaga kualitas kursus renangnya dan memberikan informasi yang akurat kepada konsumen, sehingga dapat mengurangi

risiko yang dirasakan dan meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap lembaga tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak sepenuhnya komprehensif dan memiliki keterbatasan tertentu. Diharapkan peneliti di masa mendatang akan meneliti lebih lanjut karya ini dengan menyelidiki variabel yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen selain kepercayaan dan kualitas layanan. Lebih jauh, keakuratan hasil dapat ditingkatkan dengan menggunakan ukuran sampel yang lebih besar.



## DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan, D. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Engel et al. (2010). *Perilaku Konsumen. Edisi Keenam. Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2009). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. (2009). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heryanto , I., & Triwibowo, T. (2018). *Path Analysis Menggunakan SPSS dan Exel*. Bandung: Informatika .
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Keller, K. d. (2016). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 9*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Lestari, A. D. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. GLOBAT JET EXPRESS (J&T) SURABAYA . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 8, Nomor 7, Juli 2019*.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Mas-Colell, A., Whinston, M. D., & Green, J. R. (1995). *Teori Ekonomi Mikro*.

New York : Oxford University.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmadhiansyah, R. A. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN GO-JEK DI KOTA SURABAYA . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 11, Nomor 10, Oktober 2022*.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryana, Y. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA KANTOR POS INDONESIA (PERSERO) KOTA TANGERANG . *journal of managementReview , Volume 4 Number 1 Page (447-455)* .
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, Sani, A., & Masyhuri Machfudz. (2010). *Metodelogi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Tijptono, F., & Gregorius, C. (2011). *Service Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ulber, S. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Wulandari, M. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kolam Renang Aquatic di Jombang. *STKIP PGRI Jombang*.
- Yosepha, S. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Tokopedia di Jakarta Timur. *JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen, VOL. 3, NO. 1, November*.