

---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Di UPT. BALAI PENGUJIAN DAN SERTIFIKASI MUTU BARANG MEDAN**

Oleh

Ayu Yazida Hasibuan<sup>1</sup>, Juliana Nasution<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

E-mail: <sup>1</sup>[yazidaayu4@gmail.com](mailto:yazidaayu4@gmail.com), <sup>2</sup>[juliananasution@uisu.ac.id](mailto:juliananasution@uisu.ac.id)

---

**Article History:**

Received: 30-07-2022

Revised: 21-08-2022

Accepted: 10-09-2022

**Keywords:**

Kualitas Pelayanan,  
Kepercayaan, Kepuasan

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini bersifat eksplanasi yang bermaksud menggambarkan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Hasil penelitian didapatkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 3,499 dan nilai signifikan sebesar 0,001. Variabel kepercayaan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 3,903 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dalam penelitian ini diharapkan UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan lebih meningkatkan kualitas pelayanan terutama mengenai kecepatan dalam menanggapi dan melayani pelanggan..

---

**PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat tidak lepas dari persaingan yang menuntut perusahaan untuk kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Salah satu dunia bisnis yang memiliki persaingan tinggi adalah usaha pada bidang jasa. Dalam dunia pemasaran, bisnis pada bidang jasa merupakan suatu fenomena yang detail dan cukup rumit. Dalam perusahaan jasa, orang-orang atau sumber daya manusia yang berada di dalamnya sangat berperan dan memiliki pengaruh besar terhadap kinerja dan kualitas perusahaan (Dahlia, 2019:10). Perusahaan jasa memiliki banyak arti mulai dari pelayanan individu sampai jasa sebagai suatu produk. Pelayanan yang baik dilihat dari sejauh mana kemampuan sumber daya manusia perusahaan dalam memberikan informasi yang jelas dan menguasai bidangnya masing-masing.

Dalam perspektif TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan

manusia (Bajaj et all., 2018:134). Menurut Hardiyansyah (2018:35) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi (Purba, 2021:133). Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*) (Kusyana & Pratiwi, 2019:22).

Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan dengan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*), yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Kepuasan yang diterima oleh konsumen atau pengguna jasa dapat menciptakan rasa percaya terhadap suatu produk atau jasa. Kepercayaan (*trust* atau *believe*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka (Wu et all., 2021). Kepercayaan menurut Manfred Hüttner (2018:127) timbul dari suatu proses yang lama. Apabila kepercayaan pelanggan sudah timbul antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membina hubungan kerjasama akan lebih mudah. Kepercayaan pelanggan timbul ditunjukkan oleh suatu kredibilitas yang diperoleh dari pihak lain karena memiliki keahlian yang dikehendaki untuk melakukan suatu tugas. Kepercayaan pelanggan juga dapat diperoleh karena melakukan sesuatu hal yang terbaik kepada pihak lain melalui suatu hubungan.

Kepercayaan (*trust*) dilihat sebagai faktor dasar yang menentukan keberhasilan hubungan suatu perusahaan. Sebab tanpa adanya kepercayaan perusahaan tidak akan bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Seiring dengan itu, kualitas layanan juga mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan penjualan suatu produk. Nilai bagi pelanggan bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan. Sebuah produk atau layanan perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata pelanggan apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin (Buddy dkk., 2019:114).

Perusahaan yang memberikan jasa pelayanan publik di Indonesia banyak jenisnya dan tersebar dalam berbagai bidang. Tiap-tiap perusahaan saling bersaing memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan kepada konsumen. Dengan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan terdorong untuk terus menggunakan jasa tersebut sehingga terciptalah kepuasan antara pelanggan dengan perusahaan. Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta harapan merupakan hal terpenting bagi sebuah perusahaan dalam bidang pelayanan publik. UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan merupakan salah satu dari sekian perusahaan unit yang memberikan jasa.

UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknis di bawah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Utara yang berfungsi menyediakan jasa kalibrasi alat - alat laboratorium sesuai dengan SK. Gubernur Sumatera Utara No. 060.256.K. Tahun 2006.

Tugas UPT Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan adalah melaksanakan Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Industri Kimia, Agro Hasil Hutan, Logam, Mesin Elektronika dan Aneka. Fungsi menurut SK Gubernur No. 15 Tahun 2011 yaitu penyelenggaraan dan penyempurnaan konsep Standar Pengujian Mutu Barang Industri, Penerbitan Sertifikasi Hasil Pengujian/Penilaian Mutu Barang Industri sesuai ketentuan dan standar yang ditetapkan, Melaksanakan pengawasan terhadap produk-produk industri baik yang wajib diawasi mutunya maupun yang tidak wajib diawasi mutunya maupun yang beredar di masyarakat sesuai ketentuan dan standar yang ditetapkan. Kegiatan operasional UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan berdasarkan SNI ISO/ IEC 17025:2017 guna memberikan jaminan konsistensi, kompetensi, teknis pengujian dan kalibrasi.

Dalam melaksanakan tugas, perusahaan terkadang juga mengalami hambatan berupa penyimpangan baik dilakukan secara struktural maupun individu sebagai penyelenggara. Adapun keluhan masyarakat secara umum adalah dalam prosedur pelayanan dan penyampaian informasinya oleh petugas terkait dirasa kurang ramah dan kurang informatif. Layanan untuk pengujian dan sertifikasi tidak luput dari penilaian masyarakat yang menggunakan jasa UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Guna penilaian dari masyarakat adalah salah satu poin penting untuk memperbaiki kepercayaan masyarakat atau pelanggan dan apa saja yang dirasa kurang dalam pelayanan Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan yang telah diberikan dan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Keadaan tersebut boleh jadi mencerminkan kondisi penyelenggaraan pelayanan masih belum baik sehingga melahirkan kesimpulan bahwa langkah awal harus ditujukan untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada pemohon secara berkesinambungan berdasarkan kriteria standarisasi pelayanan umum yang ditetapkan. Fenomena diatas juga dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat dan pelanggan akan jasa yang ditawarkan oleh UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. sehingga perlu dilakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Beryman mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan teori, desain, hipotesis dan menentukan subjek. Kemudian didukung dengan pengumpulan data, pemrosesan data dan menganalisa data sebelum dilakukan penulisan kesimpulan (Slamet & Aglis, 2020:18). Penelitian ini bersifat eksplanasi yang bermaksud menggambarkan kedudukan variabel-variabel yang diteliti dan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Penelitian dilakukan di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan dengan mengukur variabel kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependent dan kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kepercayaan (X<sub>2</sub>) sebagai variabel independent.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Deskripsi Variabel**1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Variabel kualitas layanan sebagai variabel dependent ( $X_1$ ) dalam penelitian ini. Peneliti menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Indikator	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X <sub>1.1</sub>	Memberikan informasi yang jelas	7	14%	31	62%	8	16%	3	6%	1	2%
X <sub>1.2</sub>	Cepat dan tepat melayani konsumen	7	14%	37	74%	5	10%	1	2%	0	0%
X <sub>1.3</sub>	Cepat dalam menanggapi keluhan konsumen	3	6%	32	64%	11	22%	4	8%	0	0%
X <sub>1.4</sub>	Mampu menjalin hubungan yang baik dengan konsumen	7	14%	29	58%	12	24%	1	2%	1	2%
X <sub>1.5</sub>	Memberikan perhatian penuh kepada konsumen	13	26%	31	62%	6	12%	0	0%	0	0%
X <sub>1.6</sub>	Memiliki panduan prosedur pelayanan	4	8%	32	64%	10	20%	4	8%	0	0%
Total		41	13,7%	92	64%	52	17,3%	13	4,3%	2	0,7%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas, secara umum responden yang paling banyak menjawab ialah setuju sebesar 64% atas kualitas pelayanan di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Dengan demikian berarti konsumen mengakui bahwa kualitas pelayanan di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan sudah baik tetapi perlu adanya peningkatan.

2. Deskripsi Variabel Kepercayaan ( $X_2$ )

Variabel kepercayaan sebagai variabel dependent ( $X_2$ ) dalam penelitian ini. Peneliti menganalisis pengaruh variabel kepercayaan terhadap kepuasan konsumen

di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kepercayaan ( $X_2$ ) akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kepercayaan ( $X_2$ )

Indikator	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	Petugas jujur dalam memberikan informasi kepada konsumen	7	14%	30	60%	13	26%	0	0%	0	0%
X1.2	Petugas UPT akan bertanggungjawab atas kesalahan ketika terjadi masalah	5	10%	21	42%	24	48%	0	0%	0	0%
X1.3	Petugas UPT memiliki keahlian sesuai dengan yang diharapkan	15	30%	26	52%	9	18%	0	0%	0	0%
Total		27	18%	77	51,3%	46	30,7%	0	0%	0	0%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas, secara umum responden yang paling banyak menjawab ialah setuju sebesar 51,3% atas kepercayaan konsumen terhadap pelayanan di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan.

### 3. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel kepuasan konsumen sebagai variabel independent (Y) dalam penelitian ini. Peneliti menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Untuk melihat pernyataan responden terhadap indikator-indikator variabel kepuasan konsumen (Y) akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kepuasan Konsumen (Y)

Indikator	Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	UPT memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan	1	2%	30	60%	14	28%	5	10%	0	0%
Y.2	UPT meminimalisir masalah dan kesalahan dalam pelayanan	7	14%	27	54%	14	28%	1	2%	1	2%
Y.3	Pelanggan	9	18%	25	50%	15	30%	1	2%	0	0%

	memiliki keinginan untuk menggunakan jasanya kembali		%		%		%				%
Y.4	Pelanggan merekomendasikan jasa UPT kepada orang lain atau pihak lain	15	30 %	26	52 %	9	18 %	0	0%	0	0 %
Total		32	16 %	108	54 %	52	26 %	7	3,5 %	1	0,5 %

Sumber: Data diolah Peneliti, 2022

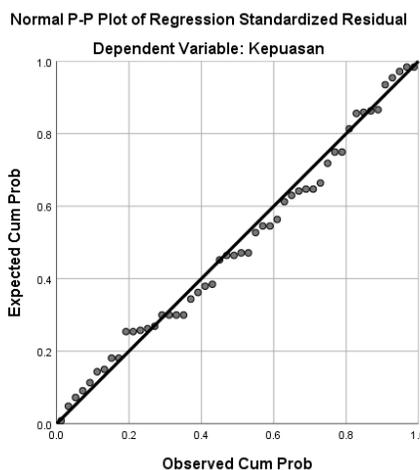
Berdasarkan tabel 3 di atas, secara umum responden yang paling banyak menjawab ialah setuju sebesar 54% atas kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan.

**Uji Intrumen Penelitian**

**1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan agar dapat melihat atau mengetahui apakah data yang disajikan atau dilampirkan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik sebaiknya berdistribusi normal atau tidak bisa dilihat atau diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melewati sebuah grafik. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengiringi arah garis diagonalnya, maka model regresi mencukupi asumsi normalitas. Untuk melihat pengujian normalitas data, pada penelitian ini hanya akan dideteksi menggunakan analisis grafik yang didapatkan melalui perhitungan regrwsi dan SPSS. Hasil uji normalitas data bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Pada gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas pada suatu model regresi. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Apabila terjadi korelasi, maka bisa dikatakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas ialah nilai tolerance < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10. Dan begitu kebalikannya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandar dized Coefficien ts		Standardi zed Coefficien ts	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std · Err or				Beta	Tolera nce
1 (Constant)	.754	2.223		.339	.736		
Kualitas Layanan	.318	.091	.396	3.499	.001	.860	1.162
Kepercayaan	.615	.158	.442	3.903	.000	.860	1.162

a. Dependent Variable: Kepuasan

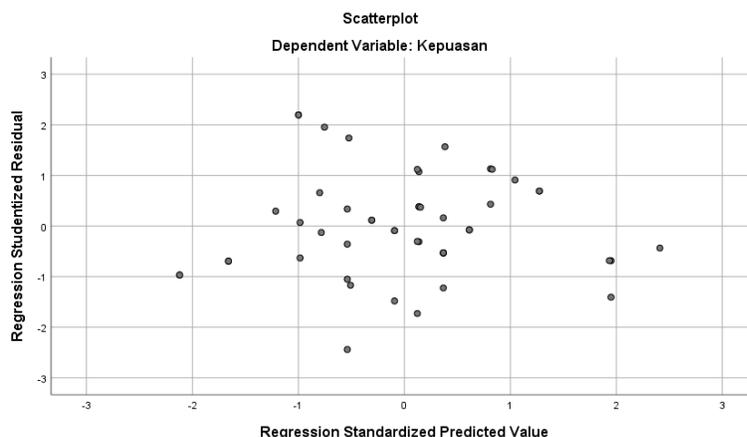
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel 4 diatas bisa diketahui nilai VIF pada variabel kualitas pelayanan sebesar 1,162 < 10 dan variabel kepercayaan sebesar 1,162 < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Dengan begitu bisa disimpulkan dari kedua variabel tersebut tidak terjadi masalah multikolineritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas diuji dengan melihat hasil uji spss pada gambar scatterplot yang mana ketentuannya ialah jika gambar membentuk pola maka terjadi Heterokedastisitas. Dan jika pada gambar tidak membentuk pola atau acak maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Berikut gambar yang disuguhkan di bawah ini:

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari gambar 2 di atas bisa dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar dibagian atas dan dibagian bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**4. Uji F (Simultan)**

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93.391	2	46.696	21.897	.000 <sup>b</sup>
	Residual	100.229	47	2.133		
	Total	193.620	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Layanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Uji F dianggap berpengaruh apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel} > 3,20$  sedangkan apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel} < 3,20$  maka uji F dianggap tidak

berpengaruh. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar 21,897 dan untuk menentukan nilai  $F$  signifikan tabel yang dipakai yakni 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan,  $df = (n-k)$  dan  $(k-1)$ ,  $df = (50 - 3 = 47)$  dan  $(3-1=2)$ . Berdasarkan tabel 5 diatas, maka bisa dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung}$   $21,897 > F_{tabel}$  3,20. Hal ini menjelaskan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan.

### 5. Uji T (Parsial)

Uji T (Parsial) digunakan untuk mengetahui apakah variabelvariabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen atau untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Derajat signifikansi yang digunakan ialah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	.754	2.223	.339	.736			
Kualitas Layanan	.318	.091	.396	3.499	.001	.860	1.162
Kepercayaan	.615	.158	.442	3.903	.000	.860	1.162

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Uji T dianggap berpengaruh jika nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel} > 2,011$  sedangkan jika nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel} < 2,011$  maka uji T dianggap tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka bisa dijelaskan masing-masing pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) secara individu/parsial terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Berdasarkan tabel 6 diatas, maka bisa dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel pendapatan ( $X_1$ ) sebesar = 3,499 terhadap konsumsi ( $Y$ ) hal ini berarti  $t_{hitung}$  3,499 >  $t_{tabel}$  2,011. Yang artinya ada pengaruh positif dan signifikan pendapatan ( $X_1$ ) terhadap konsumsi ( $Y$ ).
- b. Pengaruh variabel kepercayaan ( $X_2$ ) secara individu/parsial terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan. Berdasarkan tabel 6 diatas, maka bisa dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel sosial ekonomi keluarga

(X2) sebesar = 3,903 terhadap konsumsi (Y) hal ini berarti  $t_{hitung} 3,903 > t_{tabel} 2,011$ . Berarti ada pengaruh positif dan signifikan sosial ekonomi keluarga (X2) terhadap konsumsi (Y).

#### 6. Uji Koefisien Determinasi R Square ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), ini digunakan untuk mengetahui proporsi atau presentase total variasi pada variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *RSquare* bisa dilihat pada *output Model Summary*. Dalam kolom *RSquare* bisa diketahui berapa persentase yang bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan yang lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan pada model penelitian. Adapun tabel yang dijelaskan dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi R Square  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 <sup>a</sup>	.482	.460	1.46032

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dijelaskan besarnya pengaruh yang di sarankan didalam penelitian ialah 40% ke atas yang dikutip oleh sugiono. Berdasarkan tabel 4.16 hasil output di atas memperlihatkan bahwa pada kolom R Square diketahui jumlah persentase total variasi pada variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas ialah sebesar 0,482 atau 48,2%. Dengan demikian berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) ialah sebesar 48,2%, sedangkan sisanya ( $100 - 48,2\% = 51,8\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 3,499 dan nilai signifikan sebesar 0,001. Dari distribusi jawaban responden untuk variabel kualitas pelayanan dapat dilihat bahwa responden menyatakan setuju bahwa UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan mampu menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dan memberikan perhatian penuh kepada konsumen. Maka dari itu diharapkan UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan tetap mempertahankan agar responden terus menggunakan jasa pelayanannya. Sedangkan responden kurang setuju bahwa UPT. Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang Medan dalam menanggapi keluhan para konsumen petugas atau pegawai UPT kurang cepat.

Hasil analisis bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dika Lambang Krisdianti (2019). Hasil penelitiannya menunjukkan sig.  $F_{0,000} < 0,05$  yang berarti kualitas pelayanan yang terdiri

dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan**

Variabel (X<sub>2</sub>) kepercayaan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 3,903 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dari distribusi jawaban responden untuk variabel kepercayaan dapat dilihat bahwa pegawai atau petugas di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan dapat memberikan pelayanan yang baik, UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dan UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan bertanggung jawab atas kesalahan ketika terjadi masalah, maka dari itu diharapkan agar UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan terus mempertahankan agar konsumen terus mempercayakan jasa dari UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan.

Hasil analisis sebagian besar responden menunjukkan setuju bahwa UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan dapat dipercaya oleh konsumen memberikan pelayanan yang memuaskan. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Fitri Ardianis (2018) bahwa berdasarkan hasil uji secara simultan diketahui variabel Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru. Kemudian uji secara parsial, diketahui bahwa variabel Kepercayaan masing-masing mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis yang telah didapatkan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 3,499 dan nilai signifikan sebesar 0,001.
2. Variabel kepercayaan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen di UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan yang dibuktikan pada uji T dengan nilai T hitung sebesar 3,903 dan nilai signifikan sebesar 0,000.

Dalam penelitian ini diharapkan UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan lebih meningkatkan kualitas pelayanan terutama mengenai kecepatan dalam menanggapi dan melayani pelanggan. Sehingga hal tersebut menjadikan masukan bagi UPT. Balai Pengujian Dan Sertifikasi Mutu Barang Medan untuk mempertahankan dan memberikan perhatian penuh demi kepuasan konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Ardianis, Fitri. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Jatra Pekanbaru. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- [2] Bajaj, S., Garg, R. and Sethi, M. (2018), "Total quality management: a critical literature review using Pareto analysis", International Journal of Productivity and Performance Management, Vol. 67 No. 1, pp. 128-154. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-07-2016->

[0146](#)

- [3] Buddy., Tabroni., Fahrudin salim. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* Vol 4 No 2, p.110-125, E-ISSN : 2597-3902.
- [4] Dahlia, Dorce., Mulyadi., Sarwo Eddy W. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada TIKI Cabang Utama Samarinda. *Ekonomia*, oai:ojs.pkp.sfu.ca:article/3815 p.1-12.
- [5] Hardiyansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Gava Media, Yogyakarta. ISBN 978-602-7869-71-4.
- [6] Hüttner, Manfred. (2018). *Marketing-Management: Allgemein - Sektoral - International*. Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co KG.
- [7] Krisdianti, Dika Lambang. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square. Skripsi: Universitas Brawijaya.
- [8] Kusyana, D. N. B., & Pratiwi, K. A. (2019). Skala Pengukuran Kualitas Layanan: Sebuah Kajian Literatur. *Widya Manajemen*, 1(2), 21-39. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v1i2.354>
- [9] Purba, Bonaraja. (2021). *Ekonomi Internasional*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- [10] Riyanto, Slamet., Aglis Andhita H. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- [11] Wu, W.; Zhang, A.; van Klinken, R.D.; Schrobback, P.; Muller, J.M. (2021). Consumer Trust in Food and the Food System: A Critical Review. *Foods*, 10, 2490. <https://doi.org/10.3390/foods10102490>