



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 15417-15425

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Empati Layanan, Kompetensi Karyawan, dan Responsivitas terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Kayra Computer Batam

Darul Mahfuz, Rini Elfina, Jeffi Mutiara

Fakultas Management, Universitas Ibnu Sina Batam

darulmahfuzz@gmail.com, batamposrini@yahoo.com, jeffi.mutiara@uis.ac.id *

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh empati layanan, kompetensi karyawan, dan responsivitas terhadap kepuasan konsumen pada CV. Kayra Computer Batam di tengah meningkatnya persaingan UMKM di sektor jasa serta tuntutan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang semakin tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menguji hubungan antarvariabel. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 900 konsumen, dengan sampel sebanyak 90 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik statistik, meliputi uji validitas, reliabilitas, serta analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan empati layanan, kompetensi karyawan, dan responsivitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, secara parsial ditemukan bahwa empati layanan dan responsivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa sikap peduli terhadap kebutuhan pelanggan serta kecepatan dalam merespons permintaan atau keluhan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan. Sementara itu, kompetensi karyawan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks layanan jasa, aspek interaksi emosional dan kecepatan pelayanan memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan kemampuan teknis karyawan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk lebih memfokuskan strategi peningkatan kualitas layanan pada penguatan empati dan responsivitas guna untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen.

Kata kunci: Service Empathy, Employee Competence, Responsiveness, Customer Satisfaction, Service Quality

1. Latar Belakang

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor jasa menunjukkan tingkat persaingan yang semakin tinggi, seiring dengan meningkatnya tuntutan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang cepat, tepat, dan responsif. Dalam kondisi tersebut, kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, khususnya pada sektor jasa yang mengandalkan interaksi langsung antara karyawan dan konsumen. Kepuasan konsumen dalam pelayanan jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia, di antaranya empati layanan, kompetensi karyawan, dan responsivitas. Pada CV. Kayra Computer Batam, terdapat indikasi bahwa kepuasan konsumen belum sepenuhnya optimal. Hal ini ditunjukkan oleh adanya peningkatan jumlah keluhan konsumen serta variasi pengalaman pelayanan yang dirasakan oleh konsumen, yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan belum konsisten dalam memenuhi harapan konsumen.

Data peningkatan jumlah keluhan konsumen pada CV. Kayra Computer Batam dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Data Keluhan Tahun 2023 - 2025

Tahun	Jumlah Konsumen	Jumlah Keluhan
2023	150	18
2024	175	26
2025	190	32

Pengaruh Empati Layanan, Kompetensi Karyawan, dan Responsivitas terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Kayra Computer Batam

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa jumlah keluhan konsumen mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, yaitu dari 18 keluhan pada tahun 2023 menjadi 26 keluhan pada tahun 2024, dan kembali meningkat menjadi 32 keluhan pada tahun 2025. Peningkatan ini menunjukkan adanya indikasi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa aspek empati layanan, kompetensi karyawan, dan responsivitas masih perlu ditingkatkan agar dapat menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih baik bagi konsumen. Apabila kondisi ini tidak segera ditangani, maka dapat berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh empati layanan, kompetensi karyawan, dan responsivitas terhadap kepuasan konsumen pada CV. Kayra Computer Batam.

2. Metode Penelitian

a. Populasi dan Sampel

Adapun cara penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling dimana teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu yaitu responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan adapun kriterianya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- e = Batas kelonggaran kesalahan yang digunakan (10%)

Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan (error) yang digunakan adalah sebesar 10% (0,1). Dengan jumlah populasi (N) sebanyak 900 konsumen, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{900}{1 + 900(0,1)^2} = \frac{900}{1 + 9} = \frac{900}{10} = 90$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 responden.

Tabel 2. Jumlah Sampel Penelitian

No.	Keterangan		Jumlah
1.	Populasi: seluruh konsumen pada CV. Kayra Computer Batam.		90
2.	Usia	17-20	4
		21-30	75
		31-40	4
		41-50	5
		51-60	2
3.	Jenis Kelamin	Laki - Laki	31
		Perempuan	59
4.	Pekerjaan	Guru	4
		Ibu Rumah Tangga	6
		Karyawan	51
		Mahasiswa	23
		Pengusaha	6

b. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Andika S., 2023). Data dalam penelitian kuantitatif umumnya berbentuk angka dan dianalisis menggunakan metode statistik.

Pendekatan asosiatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu empati layanan, kompetensi karyawan, dan responsivitas, terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menguji sejauh mana variabel-variabel tersebut saling berkaitan dan memengaruhi kepuasan konsumen pada CV Kayra Computer Batam..

c. Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi Empati Layanan (X1), Kompetensi Karyawan (X2), dan Responsivitas (X3), sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Konsumen (Y). Masing-masing variabel tersebut dijabarkan ke dalam indikator-indikator yang relevan dan diukur menggunakan skala Likert, sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif sesuai dengan tujuan penelitian

Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator-indikator yang dioperasionalkan ke dalam instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert. Definisi operasional masing-masing variabel disusun secara sistematis untuk memastikan kejelasan konsep serta konsistensi dalam pengukuran, yang selanjutnya disajikan dalam tabel operasional variabel.

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
Empati Layanan (X1)	Kemampuan karyawan dalam memahami, memperhatikan, dan merespons kebutuhan serta kondisi emosional konsumen secara personal selama proses pelayanan. (Li dan Wang, 2022).	$Y = a + b1X1 + e$ Keterangan: X1 = Empati Layanan
Kompetensi Karyawan (X2)	Kemampuan karyawan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja dalam memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen. (Siregar dkk, 2024).	$Y = a + b2X2 + e$ Keterangan: X2 = Kompetensi Karyawan
Responsivitas (X3)	Kesigapan dan kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan serta menanggapi permintaan dan keluhan konsumen secara tepat waktu. (Parasuraman dkk., 2021).	$Y = a + b3X3 + e$ Keterangan: X3 = Responsivitas
Kepuasan Konsumen (Y)	Menurut (Ali dkk, 2022). Tingkat perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membandingkan harapan dengan kinerja pelayanan yang diterima	1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen. Kepuasan Konsumen diukur menggunakan indikator-indikator yang dioperasionalkan dalam bentuk pernyataan kuesioner dengan skala Likert. Nilai variabel diperoleh dari rata-rata skor jawaban responden terhadap seluruh item pernyataan pada variabel minat beli.

		Skor Kepuasan Konsumen = $\frac{\sum \text{Skor item pernyataan}}{\text{jumlah item}}$
--	--	---

d. Teknik Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian karena berkaitan dengan cara peneliti memperoleh data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan penelitian. Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang relevan, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan teknik pengumpulan data harus disesuaikan dengan jenis penelitian, sumber data, serta karakteristik responden..

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Empati Layanan, Kompetensi Karyawan, dan Responsivitas terhadap Kepuasan Konsumen. Adapun tahapan analisis data meliputi: (1) analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, (2) uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, serta (3) analisis regresi linier berganda yang meliputi uji hipotesis (uji t dan uji F) serta uji koefisien determinasi (R²).

3. Hasil dan Diskusi

a. Hasil Uji Validitas

Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh koefisien korelasi dari indikator Empati Layanan, Kompetensi Karyawan dan Responsivitas pada Kepuasan Konsumen CV. Kayra Computer Batam Kecamatan Lubuk Baja, Batam yang seluruhnya lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,207 (n = 90). Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator yang telah disebutkan diatas terbukti valid.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Empati Layanan	X1.1	0,703	0,207	Valid
	X1.2	0,712	0,207	Valid
	X1.3	0,771	0,207	Valid
	X1.4	0,578	0,207	Valid
	X1.5	0,719	0,207	Valid
	X1.6	0,711	0,207	Valid
	X1.7	0,736	0,207	Valid
	X1.8	0,798	0,207	Valid
Kompetensi Karyawan	X2.1	0,760	0,207	Valid
	X2.2	0,716	0,207	Valid
	X2.3	0,795	0,207	Valid
	X2.4	0,779	0,207	Valid
	X2.5	0,644	0,207	Valid
	X2.6	0,780	0,207	Valid
	X2.7	0,254	0,207	Valid
	X2.8	0,418	0,207	Valid
Responsivitas	X3.1	0,886	0,207	Valid
	X3.2	0,816	0,207	Valid
	X3.3	0,738	0,207	Valid

	X3.4	0,262	0,207	Valid
	X3.5	0,791	0,207	Valid
	X3.6	0,815	0,207	Valid
	X3.7	0,811	0,207	Valid
	X3.8	0,843	0,207	Valid
	Y1.1	0,810	0,207	Valid
	Y1.2	0,756	0,207	Valid
	Y1.3	0,861	0,207	Valid
Kepuasan	Y1.4	0,847	0,207	Valid
Konsumen	Y1.5	0,811	0,207	Valid
	Y1.6	0,787	0,207	Valid
	Y1.7	0,785	0,207	Valid
	Y1.8	0,634	0,207	Valid

b. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan masing-masing dari nilai Cronbach's Alpha pada tiap instrument tersebut lebih besar dari 0.60. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Empati Layanan sebesar 0,864, Kompetensi Karyawan sebesar 0,790, Responsivitas sebesar 0,900 dan Kepuasan Konsumen sebesar 0,912. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa pada semua instrument yang disebutkan diatas dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian. hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik data residual dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal.

Tabel 5. Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Keterangan
1	Empati Layanan (X1)	0,864	0,60	Reliabel
2	Kompetensi Karyawan (X2)	0,790	0,60	Reliabel
3	Responsivitas (X3)	0,900	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Konsumen (Y)	0,912	0,60	Reliabel

c. Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas dilihat bahwa tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 dan tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10,000. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas.

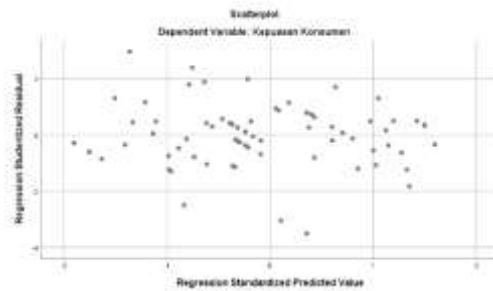
Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Empati Layanan	.478	2.092
	Kompetensi Karyawan	.961	1.041
	Responsivitas	.472	2.117

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode scatterplot, dapat dilihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut (funnel) maupun

pola melebar. Penyebaran titik yang tidak teratur tersebut menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada setiap nilai prediksi. Dengan kata lain, tidak terdapat indikasi adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi, sehingga model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.837	2.608		-1.088	.280
	Empati Layanan	.324	.079	.277	4.087	.000
	Kompetensi Karyawan	-.001	.058	-.001	-.022	.982
	Responsivitas	.749	.075	.683	10.031	.000

Sumber: Output SPSS versi 25 (diolah)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel coefficients, diperoleh nilai koefisien konstanta sebesar -2,837, koefisien Empati Layanan (X1) sebesar 0,324, koefisien Kompetensi Karyawan (X2) sebesar -0,001, dan koefisien Responsivitas (X3) sebesar 0,749. Berdasarkan nilai koefisien tersebut, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -2,837 + 0,324X_1 - 0,001X_2 + 0,749X_3 + e$$

Nilai persamaan regresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar -2,837 artinya jika variabel Empati Layanan (X1), Kompetensi Karyawan (X2), dan Responsivitas (X3) nilainya 0, maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar -2,837.
2. Koefisien regresi Empati Layanan (X1) sebesar 0,324 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Empati Layanan akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,324, dengan asumsi variabel lain tetap. Namun, berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Empati Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Koefisien regresi Kompetensi Karyawan (X2) sebesar -0,001 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Kompetensi Karyawan akan menurunkan Kepuasan Konsumen sebesar -0,001, dengan asumsi variabel lain konstan. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,982 (> 0,05), maka H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti Kompetensi Karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
4. Koefisien regresi Responsivitas (X3) sebesar 0,749 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Responsivitas akan meningkatkan Kepuasan Konsumen sebesar 0,749, dengan asumsi variabel lain konstan. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Responsivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

e. Hasil Analisis Korelasi Berganda

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R sebesar 0,901. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Empati Layanan, Kompetensi Karyawan, dan Responsivitas terhadap Kepuasan Konsumen termasuk dalam kategori sangat kuat, karena berada pada interval 0,80–1,00. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara simultan memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 8. Hasil Analisis Kolerasi Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.837	2.608		-1.088	.280
	Empati Layanan	.324	.079	.277	4.087	.000
	Kompetensi Karyawan	-.001	.058	-.001	-.022	.982
	Responsivitas	.749	.075	.683	10.031	.000

f. Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Hasil uji Adjusted R² pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,805 atau 80,5%. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen pada penelitian ini yaitu Empati Layanan, Kompetensi Karyawan, dan Responsivitas berkontribusi atas pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 80,5%, sehingga dapat dinyatakan dalam kategori sangat kuat, dan sisanya sebesar 19,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.901 ^a	.812	.805	2.11656	

g. Hasil Analisa Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan hasil pada Tabel 10, nilai f hitung sebesar 123,658 lebih besar dari f tabel sebesar 2,72 (123,658 > 2,72), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka H4 diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Empati Layanan, Kompetensi Karyawan, dan Responsivitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada CV. Kayra Computer Batam.

Tabel 10. Hasil Analisa Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1661.892	3	553.964	123.658	.000 ^b
	Residual	385.263	86	4.480		
	Total	2047.156	89			

h. Hasil Analisa Uji T (Uji Parsial)

Tabel 11. Hasil Uji T

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.837	2.608		-1.088	.280
	Empati Layanan	.324	.079	.277	4.087	.000
	Kompetensi Karyawan	-.001	.058	-.001	-.022	.982
	Responsivitas	.749	.075	.683	10.031	.000

Berdasarkan hasil dari Tabel 5 diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Empati Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Empati Layanan memiliki nilai t hitung sebesar 4,087 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,087 > 1,987$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Empati Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Kompetensi Karyawan memiliki nilai t hitung sebesar -0,022 dengan nilai signifikansi sebesar 0,982. Karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($-0,022 < 1,987$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,982 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kompetensi Karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengaruh Responsivitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Responsivitas memiliki nilai t hitung sebesar 10,031 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($10,031 > 1,987$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Responsivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

4. Kesimpulan

Empati Layanan memiliki koefisien regresi positif dan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh empati layanan terhadap kepuasan konsumen terbukti. Kompetensi Karyawan memiliki koefisien regresi negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,982 ($> 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kompetensi karyawan terhadap kepuasan konsumen tidak terbukti. Responsivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa responsivitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diterima.

Referensi

- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2021). "The impact of service quality on customer satisfaction and loyalty". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(1), 1–19.
- Irwansyah, I., Putra, A., Sari, D., & Nugroho, R. (2021). "Perilaku Konsumen". *Bandung: Widina Bhakti Persada*.
- Chandra, G., Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). "Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian". *Yogyakarta: Andi*.
- Delcourt, C., Gremler, D. D., Van Riel, A. C. R., & Van Birgelen, M. (2023). "Employee empathy and customer satisfaction in service encounters". *Journal of Service Research*, 26(2), 155–171.
- Lestari, D., Nugroho, A., & Putri, R. A. (2023). "Kompetensi karyawan dan kualitas pelayanan jasa". *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 17(2), 112–124.
- Rahayu, S., Widodo, S., & Santoso, B. (2023). "Pengaruh kompetensi karyawan terhadap kualitas pelayanan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(2), 189–201.
- Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2024). "Employee competence and service performance in SMEs". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 45–57.
- Hussain, K., Konar, R., & Ali, F. (2023). "Service responsiveness and customer satisfaction in small service firms". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 84–93

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.8210>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

9. Nguyen, T. H., & Pham, L. H. (2023). "Service responsiveness and customer satisfaction in SMEs". *Journal of Small Business Management*, 61(4), 985–1002.
10. Andika, S. (2023). "Metodologi Penelitian". Jakarta: Prenadamedia Group.
11. Li, X., & Wang, Y. (2024). "Frontline employee empathy and service evaluation". *Service Industries Journal*, 44(3–4), 215–234.
12. Siregar, M., Hutagalung, S., & Lubis, R. (2024). "Kompetensi karyawan dan kepuasan konsumen jasa". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 67–79.
14. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2021). SERVQUAL: "A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality". *Journal of Retailing*, 97(1), 12–40.
15. Ali, F., Kim, W. G., Li, J., & Jeon, H. M. (2022). "Make it delightful: Customers' experience, satisfaction and loyalty in service settings". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102866.