

ABSTRAK
**“PENGARUH *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*, *ASSURANCE* DAN
EMPATHY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN FLOSLAND”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen Flosland. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 93 responden yang pernah membeli di Flosland. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, menggunakan teknik *random sampling* dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *pearson*, *cronbach alpha*, analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan uji asumsi klasik. Hasil dari analisis regresi yang didapat adalah $Y = 0,773 + 0,107 X_1 + 0,122 X_2 + 0,334 X_3 + 0,228 X_4$, yang artinya adalah kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: 1) *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi berganda (uji t) diketahui bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ (0,023). 2) *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi berganda (uji t) diketahui bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ (0,013). 3) *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi berganda (uji t) diketahui bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ (0,000). 4) *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi berganda (uji t) diketahui bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ (0,001). *Reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat dan searah dengan kepuasan konsumen (67,1%). 32,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

“THE INFLUENCE OF RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE AND EMPATHY TOWARD CUSTOMER SATISFACTION ON FLOSLAND”

The purpose of this research is to know the influence of reliability, responsiveness, assurance, and empathy toward customer satisfaction on Flosland. Samples used are 93 respondents, who were Flosland's customers. This research is quantitative research with random sampling method and data are collected by questionnaires. The analysis technique used Pearson's Correlation, Cronbach's Alpha, multiple linear regression, T test, F test, and classical assumptions test. The result of multiple linear regression analysis is $Y = 0,773 + 0,107 X1 + 0,122 X2 + 0,334 X3 + 0,228 X4$, that means customer satisfaction is influenced by reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Based on results of study: 1) reliability has significant impact on customer satisfaction; based on multiple linear regression analysis (t test), the significance value $< 0,05$ (0,023). 2) responsiveness has significant impact on customer satisfaction; the significance value $< 0,05$ (0,013). 3) assurance has significant impact on customer satisfaction; significance value $< 0,05$ (0,000). 4) empathy has significant impact on customer satisfaction; the significance value $< 0,05$ (0,001). Reliability, responsiveness, assurance, and empathy together have direction of customer satisfaction (67,1%) while 32,9% are influenced by other variables which are not examined by researcher.

Keywords: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction