

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA INDOMARET CABANG CIPONDOH**

Irmal

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

***dosen01047@unpam.ac.id**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Cipondoh. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 34,1 dengan kriteria baik. Variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai rata-rata skor sebesar 3,83 dengan kriteria baik. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai persamaan regresi $Y = 9,172 + 0,856X$, dan nilai koefisien korelasi 0,765 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai determinasi 58,5%, sedangkan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Indomaret Cipondoh Branch. The method used is explanatory research with a sample of 96 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression testing, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study the service quality variable obtained an average score of 34.1 with good criteria. The consumer satisfaction variable obtained an average score of 3.83 with good criteria. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with the regression equation value $Y = 9,172 + 0.856X$, and the correlation coefficient value of 0.765 or has a strong level of relationship with a determination value of 58.5%, while the remaining 41.5% is influenced by other factors. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan yang ketat di era globalisasi ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Orientasi dunia pemasaran mengalami perubahan dari profit oriented kepada satisfied oriented. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar benar diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. (Amanah 2010). Untuk menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berfikir kreatif untuk menemukan berbagai terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi yang memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu unsur terpenting didalam suatu organisasi adalah keunggulan pelayanan yang dimilikinya. Keunggulan pelayanan didalam suatu organisasi atau perusahaan, setidaknya dapat menjadi keberhasilan suatu perusahaan dalam menghadapi segala tantangan dan ancaman yang akan menghambat laju perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

Mengingat betapa pentingnya peran kualitas pelayanan bagi kehidupan suatu organisasi atau perusahaan untuk berupaya meningkatkan potensi yang dimiliki, agar kualitas dan kuantitas pelayanan tersebut dapat bersaing atau setidaknya mampu mengimbangi laju persaingan di dunia usaha. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Pada industri atau bisnis yang berorientasi pada pelanggan, maka tidak dapat dihindari bahwa kualitas pelayanan menjadi satu-satunya faktor penentu dari eksistensi perusahaan atau industri tersebut dalam terlibat di industri atau bisnis yang penuh dengan persaingan, karena jika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka konsekuensinya pelanggan akan berpindah kepada industri atau bisnis lain yang sejenis yang lebih memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumennya.

Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik pelanggan internal maupun eksternal. (Ernawati & Sriwidodo dalam Anwar 2012:84). Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. (Suryoko 2013:65) Dalam melihat dimensi apa saja yang mempengaruhi kualitas sebuah pelayanan dalam bisnis, khususnya pada sektor jasa terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam mengenai aspek pelayanan yang menjadi selling value pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Kita percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah usaha. Dari latar belakang diatas tersebut, maka judul penelitian yang ingin diangkat oleh penulis adalah "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Cabang Cipondoh"

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Indomaret Cabang Cipondoh ?.
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Cipondoh ?.
3. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Cipondoh ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan pada Indomaret Cabang Cipondoh.
2. Untuk mengetahui kondisi kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Cipondoh.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Cabang Cipondoh.

II. METODE PENELITIAN

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 responden Indomaret Cabang Cipondoh

2. Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya

4. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

III. HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, rating score dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	96	28	44	34.02	3.847
Kepuasan Konsumen	96	29	49	38.29	4.306
Valid N (listwise)	96				

Kualitas pelayanan diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians maximum* 44 dengan *rating score* sebesar 34,1 dengan standar deviasi 3,897. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

Kepuasan konsumen diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,83 dengan standar deviasi 4,306. Skor ini termasuk pada rentang sakala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Analisis Verifikatif.

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap

variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.172	2.548		3.600	.001
	Kualitas Pelayanan	.856	.074	.765	11.503	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 9,172 + 0,856X$. Dari persamaan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 9,172 diartikan jika kualitas pelayanan tidak ada, maka telah terdapat nilai kepuasan konsumen sebesar 9,172 point.
- 2) Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,856, angka ini positif artinya setiap ada peningkatan kualitas pelayanan sebesar 0,856 point maka kepuasan konsumen juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,856 point.

b. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen.

		Correlations ^b	
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,765 artinya kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

c. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.580	2.790

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai determinasi sebesar 0,585 artinya

kualias pelayanan memiliki kontribusi pengaruh sebesar 58,5% terhadap kepuasan konsumen.

d. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualias pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Kualias pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen.

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	9.172	2.548		3.600	.001
	Kualitas Pelayanan	.856	.074	.765	11.503	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,503 > 1,986), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualias pelayanan terhadap kepuasan konsumen diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualias pelayanan

Berdasarkan jawaban responden, variabel kualias pelayanan diperoleh *rating score* sebesar 34,1 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kepuasan konsumen

Berdasarkan jawaban responden, variabel kepuasan konsumen diperoleh *rating score* sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.

3. Pengaruh Kualias pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Kualias pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 9,172 + 0,856X$, nilai korelasi sebesar 0,765 atau memiliki hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 58,5%, sedangkan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,503 > 1,986). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan antara kualias pelayanan terhadap kepuasan konsumen diterima.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

- a. Variabel kualias pelayanan diperoleh *rating score* sebesar 34,1 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- b. Variabel kepuasan konsumen diperoleh *rating score* sebesar 3,83 berada di rentang skala 3,40 – 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- c. Kualias pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Y = 9,172 + 0,856X$, nilai korelasi sebesar 0,765 atau kuat dan kontribusi pengaruh sebesar 58,5% sedangkan sisanya sebesar 41,5% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,503 > 1,986).

2. Saran

Dari hasil yang telah peneliti dapatkan maka pada bab ini peneliti ingin memberikan saran-saran dari hasil yang peneliti dapatkan, adapun saran-saran yang ingin diberikan adalah :

- a. Diharapkan agar Indomaret Cabang Cipondoh dapat lebih meningkatkan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan memuaskan.
- b. Diharapkan Indomaret Cabang Cipondoh dapat lebih memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Diharapkan Indomaret Cabang Cipondoh memberikan perlakuan yang lebih sopan dan baik terhadap konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M (2014) *Manajemen dan Evaluasi Kepuasan konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo.
- Algifari. (2015). "*Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*". Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, Suharsimi (2014). "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Bashu Swastha dan T. Handoko (2015) *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta. Buchari Alma. 2014. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.
- Bilson Simamora (2016) *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Erlangga, H. (2018). Spirit Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi. *Paradigma POLISTAAT: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(2), 102-127.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Jakarta: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imam Ghozali (2017). "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) "*Riset Sumber Daya Manusia*". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). "*Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*". Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler dan Amstrong (2017), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat.
- Mani, J. (2017). Pengaruh Persepsi Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Bisma Narendra Di Jakarta). *Jurnal Mandiri*, 1(2), 187-206.
- Mani, J. (2018). Pengaruh Peran Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Mandiri*, 2(2), 263-280.
- Nurhayati, N. I. D. N., Hindarsah, I., Sos, S., Erlangga, H., Sos, S., & Maun Jamaludin, I. (2018). Pelatihan Pembukuan Di UKM Sumpia Chantika Dewi Cimindi Cimahi. Laporan Program Kepakaran Fisip Unpas Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun Akademik 2016/2017, 1-22.

- Philip Kotler (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat Belas, Jakarta: PT. Indeks.
- Philip Kotler dan Kevin Keller (2017) *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid Satu, Jakarta: Erlangga.
- Rao, Purba, (2012). “*Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis*”, The Asian.
- Santoso, Singgih (2015). “*Menguasai Statistik Multivariat*”. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudjana (2014) “*Metode Statistika*”, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), “*Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D*”. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). “*Metode Riset Pemasaran*”. Bandung: Alfabeta