



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI GERAI INDOMARET KERTAMUKTI

Ahmad Setiawan¹, Tjipto Djuhartono², Nur Sodik³,
Universitas Indraprasta Persatuan Guru Republik Indonesia
Email: fitriviad@gmail.com¹, tjiptodjuhartono@gmail.com², nur.sodik@unindra.ac.id³

ABSTRACT

Purpose. *The purpose of this study was to determine the effect of employee service quality on customer satisfaction at Indomaret Kertamukti outlets.*

Methods. *The research was conducted using the Associative method. The population is all consumers of Indomaret Kertamukti outlets with a sample size of 40 respondents, the sampling technique used is purposive sampling. The instrument used in the form of a questionnaire with 30 statements. Data analysis using simple linear regression.*

Findings. *The results of hypothesis testing are obtained: Employee Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at the Indomaret Kertamukti Outlet, it can be proven from the value of $t_{count} 18.97 > t_{table} 2.024$. The results of this study are useful for increasing customer satisfaction at Indomaret Kertamukti outlets through the quality of employee service.*

Implication. *Companies must improve the quality of service so that consumers have the top mind on the products or services offered and Indomaret Kertamukti employees must try to understand consumer desires, so consumers always choose Indomaret Kertamukti outlets over other Indomaret outlets.*

Keywords. *Employee Service, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan. *Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di gerai Indomaret Kertamukti.*

Metode. *Penelitian dilakukan dengan metode Asosiatif. Populasi adalah seluruh konsumen gerai Indomaret Kertamukti dengan besar sampel sebanyak 40 responden, dengan teknik sampling yang digunakan yaitu Purposive sampling. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner sebanyak 30 pernyataan. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana.*

Hasil. *Hasil pengujian hipotesis diperoleh: Kualitas Pelayanan Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Gerai Indomaret Kertamukti, hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai $t_{hitung} 18,97 > t_{tabel} 2,024$. Hasil penelitian ini berguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di gerai Indomaret Kertamukti melalui kualitas pelayanan karyawan.*

Implikasi. *Perusahaan harus meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar konsumen memiliki puncak pikiran terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dan karyawan Indomaret Kertamukti harus berupaya memahami keinginan konsumen, sehingga konsumen selalu memilih Gerai Indomaret Kertamukti dari pada Gerai Indomaret lain.*

Kata Kunci. *Pelayanan Karyawan, Kepuasan Pelanggan*

1. Pendahuluan

Dunia bisnis di Indonesia kini mengalami perkembangan yang sangat pesat, ini dikarenakan tingkat masyarakat yang semakin konsumtif, dalam hal ini masyarakat mempunyai kebutuhan yang sangat banyak dalam kehidupan sehari-hari. Dengan banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi oleh masyarakat maka aktivitas perdagangan dunia juga akan sibuk, persaingan bisnis antar perusahaan semakin kuat dan ketat yang mengakibatkan banyak perusahaan melakukan berbagai antisipasi agar mampu bersaing dan tetap eksis, hal tersebut dilakukan sebagai bentuk upaya mempertahankan kehidupan dan pertumbuhan perekonomian perusahaan.

Persaingan dalam dunia bisnis terutama bisnis ritel saat ini tidak hanya berfokus pada produk tertentu melainkan juga memfokuskan pada pelayanan, tidak bisa dipungkiri bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan karyawan, kualitas pelayanan karyawan adalah segala bentuk kegiatan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen tersebut merasa puas. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa, "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan".

Pelayanan yang bermutu dapat diketahui melalui kepuasan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pelayanan yang menyenangkan dan meminimumkan pelayanan yang kurang menyenangkan. Kualitas layanan dalam minimarket dapat dikatakan sangat penting agar pelanggan merasa puas, karyawan harus peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Contohnya apabila pelanggan terlihat membawa barang bawaan yang banyak, maka karyawan sebaiknya memberikan bantuan dengan cara menyodorkan keranjang belanjaan terhadap calon pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2014:150), "Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya (perspektif) terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa/pelayanan dengan harapan-harapannya (ekspektasi), karena pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen". Kepuasan pelanggan merupakan perhatian utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai tolak ukur mutu pelayanan yang diberikan. Perusahaan akan melakukan beberapa strategi untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan, selain itu kepuasan pelanggan juga dijadikan sebagai tujuan utama strategi pemasaran. Sikap karyawan dalam melayani pelanggan sangat menjadi pengaruh besar dalam kepuasan pelanggan. Penulis menyimpulkan bahwa pelayanan yang terbaik menjadi salah satu kunci sukses sebuah perusahaan karena hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan dan kenyamanan pelanggan, namun demikian untuk menjadikan konsumen merasa puas dan nyaman ketika berbelanja bukan merupakan hal yang mudah dilakukan.

PT. Indomarco Prisma (Indomaret) didirikan pada tahun 1998, Indomaret telah mencapai kematangan dalam menjalankan bisnis. Dengan memperkerjakan lebih dari 121.000 anak bangsa dan didukung oleh 33 pusat distribusi, hingga saat ini telah berkembang di Jawa, Bali, Lombok, Madura, Sumatera, Sulawesi, Kalimantan dan Nusa Tenggara Barat dengan volume penjualan sekitar 49 triliun rupiah per tahun (www.indomaret.co.id). Indomaret merupakan salah satu bisnis ritel di Indonesia yang memberikan pelayanan langsung kepada pelanggan. Perkembangannya pada beberapa tahun terakhir sangat cepat, pelayanan yang sempurna merupakan bagian dari strategi Indomaret untuk mengontrol terhadap mutu

pelayanan. Indomaret selalu berupaya agar pelanggannya tetap setia dengan memfokuskan hal tersebut pada kualitas mengingat masih terdapat keluhan – keluhan dari pelanggan mengenai kasir, penataan ruangan yang sempit, dan sikap pelayan. Indomaret adalah salah satu pusat perbelanjaan yang dapat di temui berbagai tempat, mereka sangat memperhatikan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar para pelanggan merasa puas dan nyaman ketika berbelanja. Jadi dapat di katakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan

Salah satu gerai Indomaret yang tersebar di daerah Banten salah satunya adalah kota Tangerang Selatan, yang terletak dekat dengan kampus UIN dan Rs. Hermina Ciputat, lebih tepatnya di kelurahan Cirendeu kecamatan Ciputat Timur Jl. Kertamukti, yang memiliki konsumen kurang lebih dari 200 konsumen perhari. Gerai indomaret tersebut memiliki pramuniaga dan kasir yang sangat ramah, mereka mengutamakan kualitas pelayanan seperti menyapa setiap konsumen yang datang untuk berbelanja, membantu konsumen yang kesulitan mencari produk yang akan dibeli sampai ketika konsumen meninggalkan gerai juga akan dilayani dengan baik dan gerai tersebut juga sangat menjaga kebersihan lingkungan. Pimpinan dari gerai tersebut beranggapan bahwa berawal dari pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap omzet perusahaan, dalam kurun waktu 1 tahun terakhir penghasilan dari gerai tersebut perbulannya mencapai target.

Penulis memberikan contoh sistem perhitungan omzet pada gerai tersebut yang menggunakan sistem akumulasi, pada bulan Januari 2020 target harian gerai tersebut adalah 12,5 juta. Tanggal 1 Januari 2020 – 15 Januari 2020 memiliki penghasilan yang sangat tinggi sehingga jauh melebihi target karena pada tanggal tersebut banyak konsumen yang berbelanja. Di tanggal 16 Januari 2020 – 31 Januari 2020 tidak mencapai target di karenakan pada tanggal tersebut gerai mulai sepi konsumen tetapi jika di akumulasi dalam kurun waktu 1 bulan lalu dibagi 31 hari maka hasilnya tetap mencapai target. Ada sistem lain yang diterapkan oleh gerai tersebut, jika pada bulan sebelumnya tidak mencapai target maka target yang sudah di tentukan akan di perkecil, seperti yang terjadi pada bulan Juni 2020 gerai tersebut memiliki target harian 12,5 juta tetapi ketika di akumulasi selama 1 bulan dan dibagi 30 hari tidak mencapai target maka pada bulan selanjutnya target akan di turunkan atau diperkecil, pada bulan Juli target harian menjadi 8,9 juta. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai aspek pelayanan yang menjadi nilai jual pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Penulis percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah usaha.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian yang bersifat ilmiah dengan judul penelitian, Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gerai Indomaret Kertamukti.

2. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Pelayanan Karyawan. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. (Tjiptono, 2004:59)

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tolak ukur yang menjadi tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa atau produk tersebut. Pada perkembangan selanjutnya

Tjiptono (2000:126) menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok menyangkut masalah kualitas pelayanan, yaitu.

- 1) Keandalan (*reliability*)
Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 2) Daya tanggap (*responsiveness*)
Daya tanggap adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 3) Jaminan (*assurance*)
Jaminan adalah pengetahuan dan kesopansantunan para staf perusahaan serta kemampuan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 4) Empati (*empathy*)
Empati merupakan perhatian lebih yang memudahkan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- 5) Bukti langsung (*tangible*)
Bukti langsung merupakan suatu bentuk pelayanan yang dapat dilihat secara langsung, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.

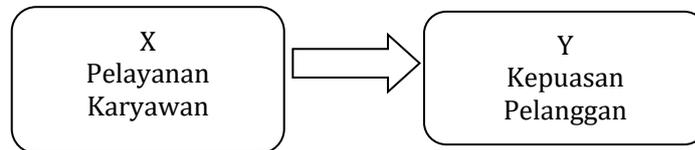
Kepuasan Pelanggan. Menurut Kotler dalam Nila Milati (2016:9) bahwa, “Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya”. Sedangkan menurut Tjiptono (2004:349), “Kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap surprise yang melekat pada pemerolehan produk dan atau pengalaman konsumsi”. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Berdasarkan dari berbagai pendapat diatas, maka yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah sebuah perasaan yang dimiliki oleh seseorang atau konsumen berdasarkan dengan perbandingan antara harapan yang dimiliki dengan kenyataan yang didapat oleh konsumen tersebut. Jika barang atau jasa yang diperoleh konsumen sesuai atau lebih dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Dan sebaliknya, jika yang didapat oleh konsumen tidak sesuai dengan harapan maka konsumen tersebut akan merasa sangat kecewa.

Menurut Tjiptono (2004:24) ada beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan, antara lain:

- 1) Kinerja (*Performance*)
Merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)
Dari fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya yaitu karakteristik skunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Reability*)
Kecilnya kemungkinan suatu barang atau jasa rusak atau gagal fungsi dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformanceto specification*)
Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.

- 5) Daya tahan (*durability*)
Berkaitan dengan umur teknis dan umur produk mudah diperbaiki (*serviceability*), Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 6) Estetika (*aesthetics*)
Daya tarik produk menurut pengindraan konsumen, misalnya model desain dan warna.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:134), “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan”. Penulis memahami bahwa hipotesis adalah kesimpulan yang belum selesai dalam arti masih harus dibuktikan atau diuji kebenarannya berdasarkan data yang dikumpulkan di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu serta teori yang telah dijelaskan pada uraian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Kertamukti.

3. Metode Penelitian

Jenis metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena data yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif yang berupa angka-angka yang dihasilkan dari skala likert (Sugiyono, 2017:13). Metode yang digunakan dengan metode Asosiatif, Sugiyono (2017:44) menyatakan bahwa “Metode asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel lebih”.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di gerai Indomaret Kertamukti sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis koefisien regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian statistik dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal tersebut dapat dilihat dari persamaan regresi linier sederhana $Y = 0,983 + 0,513X$. Artinya nilai (a) atau konstanta sebesar 0,983 nilai ini menunjukkan bahwa pada saat kualitas pelayanan karyawan (X) bernilai nol atau tidak meningkat, maka kepuasan pelanggan (Y) akan tetap bernilai 0,983 koefisien regresi nilai (b) sebesar 0,513 (positif) yaitu menunjukkan pengaruh yang searah yang artinya jika kualitas pelayanan karyawan ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,513 satuan.

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi *product moment* hasil dari $r_{xy} = 0,951$. Nilai tersebut termasuk kedalam pedoman koefisien korelasi golongan tingkat pengaruh yang sangat kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara

Kualitas Pelayanan Karyawan (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) di Gerai Indomaret Kertamukti. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai 90,44%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan sebesar 90,44%, sedangkan 9,56% dipengaruhi faktor lain. Berdasarkan perhitungan uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji T sehingga dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 18,97 dengan $\alpha = 5\%$ dengan $df = n - 2$ yaitu $40 - 2 = 38$ dan besar t_{tabel} adalah 2,024. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} ($18,97 > 2,024$). Dengan demikian diperoleh H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika disimpulkan terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan Karyawan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini hanya mengambil sampel dari pelanggan Gerai Indomaret Kertamukti. Penelitian tidak mengambil obyek yang lebih luas, sehingga generalisasi hasil hanya dikhususkan pada pelanggan Gerai Indomaret Kertamukti. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena faktor pelayanan karyawan berpengaruh sebesar 90,44% sehingga masih ada 9,56% faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain variabel yang diteliti. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis faktor lain yang memberi kontribusi terhadap kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, citra merek, promosi, dan faktor lainnya.

6. Kesimpulan

Kualitas Pelayanan Karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Gerai Indomaret Kertamukti, hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} 18,97 $>$ t_{tabel} 2,024. Hal tersebut menandakan bahwa semakin baik kondisi kualitas pelayanan karyawan maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan di Gerai Indomaret Kertamukti.

Daftar Pustaka

- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo
- Milati, Nila. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Indomaret di Wilayah Sumpalsari Jember*. Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Jember, Jember.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Setiawan, R. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store on Purchase Decision for Samsung Brand Smartphone with Buying Intervention as Intervening Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 5(2), 262-270. doi:<http://dx.doi.org/10.23887/ijssb.v5i2.30847>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. dan Greforius, C. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.