

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI MINI MARKET ALFA MIDI KECAMATAN RANOMEETO)
KABUPATEN KONAWA SELATAN**

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sulawesi Tenggara

Oleh:

Haspi Juli,^{1)*}. Sahyunu,²⁾. Herman Titop³⁾

E-mail: sahyunu59@gmail.com

ABSTRAK

Pada era bisnis saat ini, persaingan semakin meningkat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasaran. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama Persaingan dari pelaku bisnis sendiri juga menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik maupun dipasar internasional. Pelaku bisnis harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, pelayanan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda. Konsumen memang seharusnya dipuaskan karena mereka merupakan pemain utama dalam dunia bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Mini Market Alfa Midi Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan. Penentuan jumlah responden penelitian ini menggunakan purposive sampling di mana jumlah sampel penelitian ini yaitu 50 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mini Market Alfa Midi Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan, Konsumen

ABSTRACT

In today's business era, competition is increasing. This competition requires business people to be able to maximize the performance of their companies in order to compete in the market. Companies must strive to learn and understand the needs and wants of their customers. Companies must place an orientation on customer satisfaction as the main goal. Competition from business players themselves has also become very sharp, both in the domestic market and in the international market. Business people must be able to provide satisfaction to customers, slow product service can make customers dissatisfied, although to different levels. Consumers should be satisfied because they are the main players in the business world. This study aims to determine the effect of service quality on consumer satisfaction at Mini Market Alfa Midi, Ranomeeto District, South Konawe Regency. Determination of the number of respondents in this study using purposive sampling where the number of samples in this study was 50 respondents. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Alfa Midi Mini Market, Ranomeeto District, South Konawe Regency.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Pada era bisnis saat ini, persaingan semakin meningkat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasaran. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2001:24)

Perkembangan ritel di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan sejak dikeluarkannya Keputusan Presiden (Keppres 96/2000) kemudian diperbaharui dengan (Keppres 118/2000) tentang “Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan Tertentu bagi Penanaman Modal”. Keppres tersebut, untuk sektor perdagangan, memberikan izin Penanaman Modal Asing (PMA) untuk bisnis ritel berskala besar (Mall, Supermarket, Departement Store, pusat pertokoan/ perbelanjaan) dan pedagang besar (Distributor/Wholesaler, perdagangan ekspor dan impor). Sejak saat itu, peta persaingan dalam bisnis ritel meningkat pesat. Investor asing mulai masuk ke kota-kota besar di Indonesia untuk menanamkan modalnya di bidang ritel, sementara itu investor domestik juga mulai mengembangkan bisnisnya di bidang ritel.

Dalam era globalisasi ini masalah persaingan merupakan konsekuensi logis yang harus dihadapi oleh *traditional market*. Permasalahan timbul ketika modern market memasuki wilayah *traditional market*, ekspansi agresif untuk pendirian pusat perbelanjaan modern ini sudah dapat ijin dari pihak pemerintah daerah setempat dimana proses pemberian ijin oleh aparat setempat dilakukan dengan cara yang transparan dan sering digunakan sebagai benturan kepentingan pribadi didalamnya. Persaingan dari pelaku bisnis sendiri juga menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik maupun dipasar internasional. Pelaku bisnis harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, misalnya dengan memberikan produk-produk yang mutunya lebih baik, lebih murah dan lebih cepat dalam memberikan pelayanan dari para pesaingnya. Produk dengan mutu rendah, harga yang mahal, pelayanan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan tingkatan yang berbeda. Konsumen memang seharusnya dipuaskan karena mereka merupakan pemain utama dalam dunia bisnis.

Rumusan Masalah

Apakah kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Mini Market Alfa Midi Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 2002:187). Kualitas layanan adalah keseluruhan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten.

Terdapat lima indikator kualitas layanan menurut Parasuraman dalam (Lupiyoadi,2006:19) yaitu:

- **Tangibles**, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata pelayanan yang diberikan.
- **Reliability**, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- **Responsiveness**, atau ketanggapan yaitu suatu kepedulian dan kemauan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- **Assurance**, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- **Empathy**, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli, bila kinerja produk lebih rendah dibanding harapan konsumen, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Wilkie (2010:196) menyatakan bahwa terdapat lima Indikator pada kepuasan konsumen yaitu *expectations, performance, comparison, confirmation* atau *disconfirmation*, dan *discrepancy*.

- *Expectations* (harapan)
- *Performance* (kinerja)
- *Comparison* (perbandingan)
- *Confirmation* atau *disconfirmation*
- *Discrepancy* (ketidak sesuaian)

Kerangka Pikir

Dimensi kualitas layanan (*Responsive, Realibility, Assurance, Emphaty, Tangibles*) menjadi prioritas terpenting dalam pengelolaan terhadap munculnya kepuasan konsumen, yang harus menjadi perhatian setiap perusahaan. Dalam pelaksanaannya kualitas kepuasan konsumen berpengaruh terhadap tanggapan dan konsumen untuk memperoleh layanan yang diinginkan. Sehingga dengan terpenuhinya pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen maka akan timbul rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak mini market. Untuk itu dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah kepuasan konsumen yang diberikan oleh pihak mini market melalui dimensi kualitas layanan untuk mencapai kepuasan konsumen di Mini Market Alfa Midi.

Hipotesis

Berdasarkan uraian pada latar belakang, hipotesis dalam penelitian ini adalah "Bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mini Market Alfa Midi Kec. Ranomeeto Kab. Konawe Selatan"

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Alfa Midi, yang beralamat di Jl.Poros Bandara Haluoleo, Kec. Ranomeeto, Kabupaten Konse, Provinsi Sulawesi Tenggara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2021 sampai bulan Mei 2021. Sampel pada penelitian ini ialah konsumen yang berbelanja di Alfa Midi yang berjumlah 50 responden.

Metode Analisis

Adapun alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Sederhana dengan formulasi sebagai berikut (Sugiyono 2014:270):

$$Y = a + bX$$

Ket:

Y = Kepuasan konsumen

a = Konstanta

b= Koefisien Regresi

X= Kualitas layanan

Uji t

Pengujian parsial ini dilakukan guna untuk mengetahui dampak signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat kepercayaan 0,95 (95%) dengan deviasi 0,05 (5%).

Pengujian ini dilakukan dengan langkah – langkah sebagai berikut:

- Merumuskan hipotesis
 $H_a = \beta \neq 0$ Kualitas pelayanan berdampak terhadap kepuasan konsumen.
- Menentukan Level of significance atau tingkat signifikansinya sebesar 0,05 (5%) dengan derajat bebas (df) = n – k, n merupakan jumlah responden dan merupakan jumlah variabel penelitian.
- Kriteria pengujian

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai (sig) < α 0,05 (uji dua sisi) maka H_a diterima yang berarti berdampak positif

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini hasil Analisis Regresi Linear sederhana yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24.0 for windows dapat dilihat pada table berikut

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.243	3.169		2.917	.005
TOTAL X	.103	.049	.287	2.076	.043

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat dibuat model regresi sebagai berikut :

$$Y = 9.234 + 0,103 X$$

Keterangan :

- Berdasarkan tabel koefisien di atas, nilai koefisien konstanta (a) sebesar 9.243. Sedangkan koefisien variable bebas b sebesar 0,103 menunjukkan nilai positif artinya variable kualitas layanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen .
- Nilai konstanta (a) sebesar 9.243 berarti bahwa jika kualitas layanan sama dengan satu satuan, maka kepuasan konsumen adalah sebesar 9.243 dengan asumsi variable lain adalah konstan.
- Nilai koefisien beta pada variabel kualitas layanan (X) sebesar 0,103 yang berarti bahwa setiap tambahan pada variabel kualitas layanan (X) akan mengakibatkan perubahan kepuasan konsumen sebesar 0,103

Uji t

Criteria pengambilan keputusan Jika $t_{hitung} > t_{table}$ maka hipotesis diterima

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.243	3.169		2.917	.005
TOTAL X	.103	.049	.287	2.076	.043

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Dari table di atas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2.076 sehingga disimpulkan bahwa nilai t hitung $> t_{table}$ (2.01063) yang berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan hasil regresi dan uji t bahwa nilai t hitung $> t_{table}$ yang berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan koefisien determinasi yang menunjukkan nilai korelasi (r) variable kualitas layanan dapat menjelaskan kepuasan konsumen..

DAFTAR PUSTAKA

Azwar S. 2013. *Validitas dan Reabilitas*. Yogyakarta : Pustaka Belajar

B. Supriono, Poniman, "Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rumah sakit "NIRMALA SURI" kabupaten sukoharjo," *Jurnal STIE AUB SURAKARTA*, 2009.

D. P. Sari, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang," *Jurnal Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Diponegoro*, 2006.

- Dwi dan Febrina Rosinta, *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan membentuk Loyalitas Pelanggan. Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Admnistrasi dan Organiasi Vol 17 No.2*, 2012.
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro
- H. Harun, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Produk Telkom Flexi*,” *Jurnal Magister Manajemen Pasca Sarjana Universitas Diponegoro*, 2009.
- Keputusan Presiden (KEPPRES), *tentang Bidang Usaha Yang Tertutup Dan Bidang Usaha Yang Terbuka Dengan Persyaratan Tertentu Bagi Penanaman Modal, No.96*, 2000.
- Ma’ruf, Hendri, *Pemasaran Ritel, Gramedia Pustaka Utama Jakarta*, 2006.
- R. Setiawan, “*Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Kereta Api Komuter Surabaya-Sidoarjo*,” *Jurnal Teknik Sipil Universitas Kristen Petra*, 2008.
- Sahyunu, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kualitas Hubungan, dan Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Wakatobi*, 2019. Pascasarjana Universitas Haluoleo. Kendari
- S. Sopiah, *Manajemen Bisnis Ritel, Yogyakarta: Penerbit Andi*, 2008.
- Sugiarto, Endar, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*, 2009.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R& D*. Bandung PT. Alfabet
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian Bandung*: Alfabeta
- Suryani, Tatik, *Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta*, 2003.
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta*, 2006.
- Triyono, *Sukses Terpadu Bisnis Ritel, PT. Elex Media Komputindo*, 2016.
- T. Suryani, *Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu*. 2008.
- Tse and Wilton, “*Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension*” *Journal of Marketing Research*, vol. 25, pp. 204–212, 2006.
- Wilkie, William L, *Customer Behavior (Third Edition)*. New York. Jhon Wiley & Sons, Inc, s, 2010.
- Y. Shemwell, and Bilgin, “*Exploring The Relationship Among Service Quality Features, Perceived Value and Customer Satisfaction*,” *Journal of Industrial Engineering and Management*, vol. 2, no. 1. pp. 230-250, 2011.
- Yuliani, “*Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Membeli, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*”, 2010.
- Z. Yamit, “*Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*”, 2005.

- Endah Cahyaningtyas P. *Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Surya Swalayan Di Temanggung*. Skripsi :Temanggung. 2015
- Cahyo Wahyuno. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta*. Skripsi: Yogyakarta.2013
- Yuda Suprianto. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di RS Kariadi Semarang*. Skripsi. Semarang.2012