

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kalosi

Syukur Jaya Mulia^{1*}, Andi Niniek Farianty Lantara², Sitti Rahmi Razak³, Rezky Ratasari Taufan⁴

syukur.jayamulia@gmail.com^{1*}, niniek.lantara@umi.ac.id², sittirahmi.razak@umi.ac.id³, rezkyratnasari@umi.ac.id⁴

^{1*}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

^{2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada kedai Kalosi. Data dalam penelitian ini diperoleh dari konsumen kedai Kalosi yang bersedia menjadi responden. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara melakukan penelitian langsung dilapangan dengan memberikan kuesioner/lembar pertanyaan kepada 65 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan di Kedai Kalosi.

Kata Kunci: *Kepuasan konsumen; Kualitas pelayanan*

 This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat di pandang sebagai salah satu dasar yang di pakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Di pandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk di jadikan pedoman bagi segemen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh perusahaan pada umumnya. Dalam situasi yang demikian tidak ada lagi pilihan lain bagi perusahaan kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari era persaingan.

Pihak manajemen perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya. Bagaimana mereka merancang pelayanan mereka terhadap pelanggan sehingga para pelanggan selalu merasa terpuaskan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Semuanya itu perlu ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi sehingga perusahaan dapat terus tumbuh dan berkembang sesuai dengan tuntutan persaingan dan bisa menjadi pemimpin pasar yang tangguh

Penelitian Terdahulu No Nama Peneliti / Tahun Judul Variabel Hasil Penelitian 1. Anita Novita Sari (2021) pengaruh strategi penetapan harga dan kualitas pelayanan di kedai kopi ini terhadap kepuasan konsumen Variabel Dependen Kepuasan Konsumen (Y) Variabel Independen penetapan harga (X1) dan kualitas Berdasarkan hasil uji f, diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan lebih besar dari 0,05 (0,0032.70) maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti secara simultan variabel X1 dan X2 dalam perspektif ekonomi islam. pelayanan (X2) (penetapan harga) dan X2 (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen). 2 Fitriyyah (2016) Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Atribut Kualitas Pelayanan Kedai 24 (Studi Kasus Kedai 24, Jakarta Selatan) Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Hasil dan kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah sebagian besar konsumen yang berkunjung ke Kedai 24 berjenis kelamin pria yang rata-rata berusia 19 tahun – 35 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar dimana pendapatan atau uang saku perbulan yang diperoleh sebanyak Rp. 500.000 hingga Rp. 3.000.000 yang dapat digolongkan sebagai konsumen dari kalangan menengah kebawah, dan lebih menyukai teh pada produk utama kedai 24. Tingkat kepuasan konsumen yang diukur dengan CSI (Customer Satisfaction Index) sebesar 70% berada pada kriteria puas, terhadap kinerja yang dihasilkan oleh kedai 24 telah sesuai dengan harapan yang diinginkan. 15 3 Farhanzah Sechan Sjam¹, Awin Mulyati², IGN dan Anom Maruta³ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rocklaw di Surabaya Surabaya Variabel Dependen Variabel Kepuasan Konsumen (Y) Variabel Independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) a. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rocklaw di Surabaya.

Pada variabel Kualitas Pelayanan pengaruh terkuat yaitu pada indikator Tangible (Berwujud) dengan pernyataan "Pelayanan di Warung Rocklaw bersih dan rapi demikian juga dengan seluruh peralatan yang ada". Melalui pelayanan yang diberikan oleh Warung Rocklaw Konsumen merasa puas. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang tertulis dalam jurnal Elly Dwi Safitri (2021) yang menunjukkan bahwa dari penelitian yang telah dilakukan maka membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan 16 hipotesis satu diterima b. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rocklaw di Surabaya. Pada variabel Harga pengaruh terkuat yaitu pada indikator Harga yang sesuai dengan manfaat barang dengan pernyataan "Warung Rocklaw menyediakan harga yang sesuai dengan manfaat makanan dan minuman". Melalui Harga yang diberikan oleh Warung Rocklaw konsumen dapat menerima manfaatnya. c. Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rocklaw di Surabaya

Berdasarkan perumusan masalah, teori, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut: "kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kalosi"

Hasil Penelitian

Deskriptif Responden

Data penelitian dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada konsumen yang berkunjung di Kedai Kalosi. Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan 65 kuesioner kepada para konsumen yang berbelanja di Kedai Kalosi. Jumlah sampel yang dapat diolah pada penelitian ini sebanyak 65 sampel yang dijelaskan dalam tabel.

Tabel 1 Gambaran Umum Sampel

Jumlah kuesioner yang dikirim	65
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0
Jumlah kuesioner yang kembali	65
Tingkat pengembalian	100 %
Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah (tidak lengkap)	0
Jumlah kuesioner yang dapat diolah	65

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Deskripsi Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen di kedai Kalosi. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada konsumen, karakteristik responden terdiri atas usia.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
15-20	34	52,31%
21-25	23	35,38%
26-35	6	9,23%
36-55	2	3,08%
Total	65	100

Tabel menunjukkan bahwa 65 responden yang merupakan konsumen di kedai Kalosi, sebagian besar berumur antara 15-20 tahun atau sebesar 52,31% yang terdiri dari 34 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di kedai kalosi sebagian besar konsumen remaja atau milenial dan dari 65 responden hanya 2 orang yang berusia antara 36-55 tahun.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dan

kualitas pelayanan. Variabel-variabel tersebut akan di uji dengan statistik deskriptif.

Tabel 3 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Konsumen	65	3.50	5.00	4.3769	.41722
Kualitas Pelayanan	65	3.83	5.00	4.6103	.37877
Valid N (listwise)	65				

Tabel menjelaskan hasil statistik deskriptif tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, antara lain :

1) Kepuasan Konsumen (X)

Berdasarkan tabel 5 diatas X1 memiliki nilai minimum 3,5 nilai maksimum 5, dan mean 4,3769 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban sangat setuju. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,41722 dari nilai rata- rata jawaban responden.

2) Kualitas Pelayanan (Y)

Berdasarkan tabel 5 diatas Y memiliki nilai minimum 3,83 nilai maksimum 5 dan mean 4,6103 sehingga berada di skala nilai yang menunjukkan pilihan jawaban sangat setuju. Nilai standar deviasi menunjukkan adanya penyimpangan sebesar 0,37877 dari nilai rata- rata jawaban responden.

Hasil Uji Kualitas Data

3) Hasil Uji Validitas

Uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah/valid tidaknya kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan cara menguji kolerasi antara skor item dengan skor total masing-masing variabel, menggunakan *pearson corelation*. Butir pertanyaan dikatakan valid apabila tingkat signifikannya dibawah 0,05.

Tabel 6 menunjukkan hasil uji validitas pada empat variabel yang terdiri dari

Kepuasan Konsumen (KK) dan Kualitas Pelayanan (KP)

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan		Pearson Corelation	Sig (2-Tailed)	Keterangan
X1	KK1	0,758**	0,000	VALID
	KK2	0,902**	0,000	VALID
	KK3	0,810**	0,000	VALID
	KK4	0,753**	0,000	VALID
Y	KP1	0,733**	0,000	VALID
	KP2	0,856**	0,000	VALID
	KP3	0,790**	0,000	VALID
	KP4	0,747**	0,000	VALID
	KP5	0,714**	0,000	VALID

KP6	0,772**	0,000	VALID
-----	---------	-------	-------

Berdasarkan tabel diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam penelitian tersebut valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan, menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih dari ($>$) 0,6. Adapun hasil dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

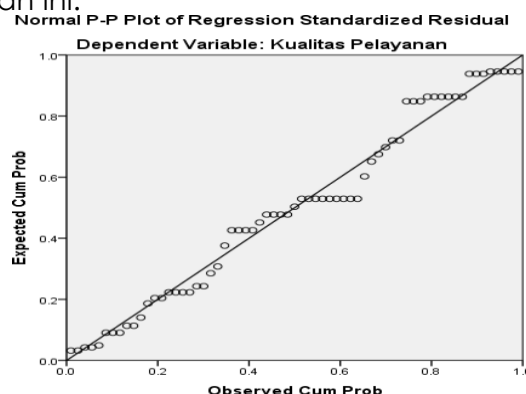
Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Konsumen (X)	0,819	Reliabel
Kualitas Pelayanan (Y)	0,860	Reliabel

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, *error* yang dihasilkan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data digunakan grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* yang hasil pengujiannya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 2 terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini

menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a					
Model		Unstandardized		Standardized	
		Coefficients		Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.021	.381		5.298 .000
	Kepuasan Konsumen	.592	.087	.652	6.818 .000

Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regres ini adalah:

$$Y = 2,021 + 0,592 X + e$$

Tabel 6 Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.425	.415	.28959

Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Pembahasan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin puas konsumen maka kualitas pelayanan akan semakin meningkat. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen seperti memberikan beberapa pelayanan yang diinginkan konsumen, pelayanan tersebut seperti keramahan, tidak membedakan penampilan konsumendan selalu memberikan perhatian secara penuh terhadap konsumen.

Kebersihan dalam penyajian selalu menjadi perhatian utama. Sebelum pesanan diantar ke meja konsumen, karyawan akan memeriksa terlebih dahulu kebersihan dan kerapian dari pesanan tersebut agar tidak mengecewakan konsumen. Kehigienisan produk mencerminkan kualitas dari produk tersebut, sehingga kualitas produk yang dinilai baik tentu dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan

konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Konsumen mengharapkan produk yang dapat memuaskan mereka. Produk yang berkualitas tentu telah mengikuti standar dalam proses pembuatannya sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen yang puas akan memberikan keuntungan besar bagi perusahaan karena konsumen yang puas dengan kualitas yang diberikan cenderung loyal dan memiliki kemungkinan besar untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh I G. M. Pradipta, N.N. Yulianthini (2022) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berperan positif signifikan kepada kepuasan konsumen di Kedai Yang Coffee Singaraja. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fitriyyah (2016) yang menyatakan bahwa sebagian besar konsumen yang berkunjung ke Kedai 24 berjenis kelamin pria yang rata-rata berusia 19 tahun – 35 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar dimana pendapatan atau uang saku perbulan yang diperoleh sebanyak Rp. 500.000 hingga Rp. 3.000.000 yang dapat digolongkan sebagai konsumen dari kalangan menengah kebawah, dan lebih menyukai teh pada produk utama kedai 24. Tingkat kepuasan konsumen yang diukur dengan CSI (Customer Satisfaction Index) sebesar 70% berada pada kriteria puas, terhadap kinerja yang dihasilkan oleh kedai 24 telah sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan data yang telah dikumpul dan pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan. Semakin tinggi kepuasan konsumen, maka kualitas pelayanan akan semakin meningkat. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen seperti memberikan beberapa pelayanan yang diinginkan konsumen, pelayanan tersebut seperti keramahan, tidak membedakan penampilan konsumendan selalu memberikan perhatian secara penuh terhadap konsumen.

Saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut : Kedai kalosi diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen lebih percaya untuk melakukan berkunjung di kedai Kalosi karena kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan dapat meningkatkan profitabilitas usaha; Perusahaan harus berupaya meningkatkan kepuasan konsumen yang masih cukup jauh dari 100% dengan memperbaiki kualitas pelayanan yang termasuk kedalam prioritas perbaikan karena kualitas pelayanan tersebut merupakan atribut yang dianggap sangat penting namun memiliki kinerja yang kurang baik. Agar terciptanya kepuasan konsumen maka perusahaan harus menjadikan atribut-atribut pelayanan yang termasuk ke dalam prioritas perbaikan sebagai rekomendasi untuk diperbaiki sesegera mungkin; Perusahaan juga harus berupaya mempertahankan prestasi pelayanan yang telah dicapai. Atribut-atribut (seperti keramahan) yang termasuk ke dalam pertahankan prestasi perlu dijaga kinerjanya agar tetap baik karena telah dinilai berhasil menimbulkan kepuasan konsumen. selain fokus dalam prioritas perbaikan, perusahaan juga harus fokus dalam mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

Daftar Pustaka

- Adhitya, I., & Chrismastianto, W. (2017). Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia.
- Ainnur Rofiq, & Muhammad Hufon. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 7(02).
- ANITA, N. S. (2022). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Di Kedai Kopi Kini Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam - Raden Intan Repository. Radenintan.ac.id.
- Apriliyanto, Arif Dili, & Basworo Dibyo, S.E, M.Si. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Cekopi Mendungan Kartasura - UMS ETD-db. Ums.ac.id.
- Asiah, N. (2019). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Pengawasan Keuangan Daerah Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kota Bandung (Survei Penelitian Pada Organisasi Perangkat Daerah Kota Bandung) - Elibrary Unikom. Unikom.ac.id.
- Chairani, N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Wardah Beauty House. Usu.ac.id.
- Dendy Kurniawan, & Nikhlis, N. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Website Terhadap Loyalitas Pelanggan ECommerce Bukalapak. Elkom : Jurnal Elektronika Dan Komputer, 13(2), 158–168.
- Farhanzah Sechan Sjam, Awin Mulyati, & IGN. Maruta. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Rocklaw di Surabaya. Seminar Nasional Hasil Skripsi, 1 (01), 255–259.
- Fithriyyah. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut- Atribut Kualitas Pelayanan Kedai 24 (Studi Kasus Kedai 24, Jakarta Selatan) [Skripsi]. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Sains dan Teknologi.