

**ANALISIS KOMPARASI KUALITAS PELAYANAN
DI INDOMARET DAN ALFAMART TELING ATAS KOTA MANADO**

*SERVICE QUALITY COMPARATIVE ANALYSIS
IN INDOMARET AND ALFAMART TELING THE CITY OF MANADO*

Oleh:

Engelina Ester Suawa¹

Joyce. S.L.H. Lopian²

Yunita Mandagie³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹Engelinasuawa@gmail.com

²lopianjoyce@unsrat.ac.id

³mandagiey@unsrat.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan antara bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Pengukuran kualitas pelayanan terhadap kedua objek penelitian ini dilakukan dengan menggunakan alat pengukuran kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Tjiptono yang di dalamnya terdapat 5 dimensi yaitu bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. adalah 77 orang di Indomaret Teling Atas Kota Manado dan 77 orang di Alfamart Teling Atas Kota Manado. Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian komparatif yang bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji dengan menggunakan analisis uji beda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado, Indomaret Teling Atas Kota Manado perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan agar pelanggan merasa nyaman dan terus melakukan pembelian. Indomaret Teling Atas Kota Manado sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, Indomaret, Alfamart*

Abstract: *This study aims to determine the difference between physical evidence, empathy, responsiveness, reliability, and assurance in Indomaret and Alfamart Teling Atas, Manado City. Measurement of service quality for the two objects of this research is carried out using the service quality measurement tool proposed by Tjiptono in which there are 5 dimensions, namely physical evidence, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. The population in this study were customers at Indomaret and Alfamart Teling Atas, Manado City. The sample size used in this study used the Slovin formula. There are 77 people at Indomaret Teling Atas, Manado City and 77 people at Alfamart Teling Atas, Manado City. This type of research uses comparative research which aims to see the differences in the variables to be tested using different test analysis. The results of the research show that there are significant differences between physical evidence, empathy, responsiveness, reliability, and assurance at Indomaret and Alfamart Teling Atas Manado City, Indomaret Teling Atas Manado City needs to maintain the quality of service set by the company so that customers feel comfortable and continue to do business. purchase. Indomaret Teling Atas Manado City should improve the quality of service to customers.*

Keywords: *service quality, Indomaret, Alfamart*

Latar Belakang

Pelayanan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam sebuah perusahaan dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Pelayanan juga merupakan kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan dalam kegiatan-kegiatan yang terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau pelanggan. Agar perusahaan unggul dalam persaingan, selain berwawasan terhadap pelayanan atau kualitas hendaknya juga berwawasan terhadap pelanggan karena pelanggan bisa memberikan nilai lebih baik terhadap apa yang mereka harapkan.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi lima kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *rater* sehingga dapat menciptakan pelanggan yang loyal, yaitu bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan (Tjiptono, 2014:268). Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas.

Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado akan terus mengupayakan peningkatan minat beli masyarakat. Berbagai upaya terus dilakukan termasuk pada aspek pelayanan dan distribusi barang dagangan, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dari penelitian pendahuluan yang telah dilakukan, diketahui bahwa saat ini masih terdapat keluhan-keluhan masyarakat, terutama terkait dengan kualitas pelayanan yang ada pada Alfamart dan Indomaret, antara lain; banyak konsumen yang kurang mendapatkan informasi mengenai produk-produk yang promo, karyawan tidak selalu mengucapkan selamat datang, pada konsumen yang datang, demikian pula tidak mengucapkan terima kasih pada saat konsumen meninggalkan Indomaret dan Alfamart.

Sebagai jenis usaha sejenis, secara tidak langsung menghadirkan persaingan usaha dalam hal memperoleh konsumen. Persaingan antara Indomaret dan Alfamart sangat ketat, kedua usaha ritel ternama ini terus bertarung mengerahkan semua kekuatan, kecerdikan dan strategi. Indomaret dimiliki oleh PT Indomarco Prismatama (IP) sebagai salah satu perusahaan dalam industri ritel yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari.

Persaingan antara kedua minimarket ternama Indomaret dan Alfamart sangat ketat. Indomaret dan Alfamart lokasinya selalu dalam jarak yang tidak berjauhan, segmen hingga tata ruangnya tidak jauh berbeda demikian pula jenis barang yang ditawarkan tidak jauh berbeda. Persaingan antara keduanya memicu munculnya strategi dan pelayanan untuk memenangkan hati konsumen. Demikian pula yang dilakukan Indomaret yang berusaha keras untuk membuat strategi- strategi yang dapat menarik minat konsumennya. Namun demikian, masih terdapat keluhan-keluhan yang diterima oleh Indomaret. Segala upaya dilakukan oleh Indomaret untuk dapat bersaing dengan Alfamart meliputi lokasi yang strategis, diberbagai daerah dan mudah dijangkau serta selalu berdekatan antara Indomaret dan Alfamart, tempat yang bersih dan nyaman, menetapkan strategi harga yang sedemikian rupa untuk menarik konsumen, misalnya dengan memberikan potongan harga, menetapkan harga yang tinggi, memberikan kupon untuk produk-produk tertentu, pembukaan sebagian gerai Indomaret dalam 24 jam, kemudahan pembayaran tidak tunai, terdapat fasilitas kartu anggota, dan lain-lain.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara Bukti Fisik Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara Empati Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara Keandalan Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara Daya Tanggap Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
5. Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara Jaminan Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.

Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Suparyanto dan Rosad (2015:3), mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yang mempelajari tentang perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian terhadap barang dan jasa, penetapan harga, pelaksanaan distribusi, aktivitas promosi yang dilakukan oleh orang tertentu dengan proses tertentu, yang ditunjang dengan bukti fisik untuk menciptakan pertukaran guna memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono dan Chandra (2016:125) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Lupiyoadi (2013:197) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai seluruh aktivitas yang berusaha mengkombinasikan nilai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen.

Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut Manap (2016:376), manfaat kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Konsumen akan setia kepada perusahaan
2. Konsumen bisa menjadi media iklan gratis
3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin
4. Konsumen tidak akan mempermasalahakan mengenai harga
5. Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi
6. Nama baik perusahaan meningkat
7. Unggul dalam persaingan bisnis

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:269) sebagai berikut:

1. Komunikasi Pasar
Meliputi bauran promosi seperti periklanan, penjualan langsung, hubungan masyarakat, pemasaran interaktif dan promosi penjualan.
2. Komunikasi Gethok Tular
Faktor eksternal perusahaan berdasarkan pendapat dari konsumen langsung dan menyebar dari mulut ke mulut.
3. Citra Perusahaan
Kesan penilaian tersendiri perusahaan dalam masyarakat.
4. Kebutuhan Konsumen
Apa yang menjadi solusi konsumen agar memenuhi kebutuhannya

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Walangitan (2017) dengan judul perbandingan tingkat pelayanan terhadap konsumen indomaret dan alfamart Karombasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat pelayanan terhadap konsumen indomaret dan alfamart karombasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan kualitas pelayanan terhadap konsumen Indomaret dan Alfamart di Karombasan dengan tingkat pelayanan yang paling baik adalah tingkat pelayanan Indomaret Karombasan.

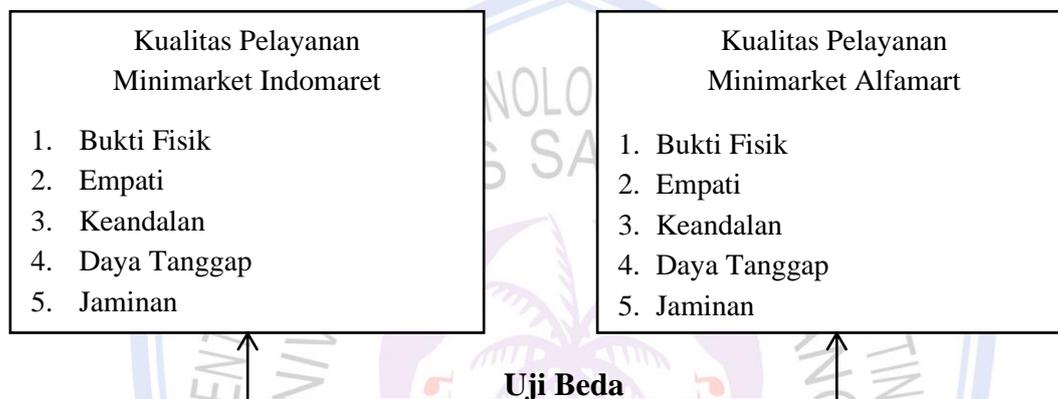
Penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2019) dengan judul analisis perbandingan kualitas pelayanan *e-payment* indomaret dan alfamart di kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Perbandingan kualitas pelayanan *e-payment* di Indomaret dan Alfamart di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *kualitas pelayanan e-payment* Indomaret dan Alfamart.

Penelitian yang dilakukan oleh Divayana dan Rahanath (2018) dengan judul studi komparatif pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (PT. BPR. mertha sedana dan PT. BPR. Mas Giri wangi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada nasabah PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri Wangi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada kedua BPR. Empati merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pada nasabah PT. BPR. MERTHA SEDANA.

Penelitian yang dilakukan oleh Sichinsambwe, Chishimba, dan Sikombe (2017) dengan judul studi *a comparative study of service quality and customer satisfaction in Zambian banks*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dan pelanggan resultan kepuasan bagi bank asing dan lokal di Zambia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada kelima dimensi yaitu *tangibility, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance*.

Penelitian yang dilakukan oleh Onibala, Moniharapon, dan Raintung (2020) dengan judul analisis perbandingan kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan jasa ojek online go-jek dan grab-bike (study pada mahasiswa jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Unsrat). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik antara transportasi online Go-Jek dan Grab-Bike. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Go-Jek dan Grab-Bike, Keandalan Go-Jek dan Grab-Bike, Daya Tanggap Go-Jek dan Grab-Bike, Jaminan Go-Jek dan Grab-Bike, Empati Go-Jek dan Grab-Bike, Bukti Fisik Go-Jek dan Grab-Bike yang artinya tidak terdapat perbedaan antara kedua transportasi online tersebut.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Kajian Teori, 2020

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat perbedaan antara Bukti Fisik di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
2. Terdapat perbedaan antara Empati di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
3. Terdapat perbedaan antara Keandalan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
4. Terdapat perbedaan antara Daya Tanggap di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
5. Terdapat perbedaan antara Jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif komparatif. Penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu (Sugiyono, 2017).

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Arikunto (2017:173), populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah *member* yang terlama di Indomaret yang berjumlah 335 orang dan *member* yang terlama di Alfamart yang berjumlah 290 orang yang berada di Teling Atas Kota Manado. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. adalah 77 orang di Indomaret Teling Atas Kota Manado dan 77 orang di Alfamart Teling Atas Kota Manado.

Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi penelitian (Sunyoto, 2016:87). Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan pada responden. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada para pelanggan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas kota Manado. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara tertutup kepada para pelanggan dimana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti. Data sekunder ini diperoleh dari Indomaret dan Alfamart Teling Atas kota Manado, yaitu data jumlah pelanggan tahun 2020, sejarah singkat, visi dan misi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Metode Kuesioner, suatu cara untuk mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner yang telah disusun oleh peneliti sesuai dengan tujuan. Sugiyono (2017:142) mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup, dapat diberikan kepada responden secara *online*. Dalam melaksanakan metode ini, maka peneliti mengambil data melalui penyebaran kuesioner secara tertutup lewat *online* dan mekanismenya menggunakan *google form* kepada para pelanggan Indomaret dan Alfamart Teling Atas kota Manado.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antar masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Hasil analisis korelasi *bivariate* dengan melihat output *pearson correlation* (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu angket atau kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sujarweni (2015:110) mengemukakan bahwa kehandalan atau reliabilitas dengan nilai 0,6 atau kurang dari 0,6 secara umum mengindikasikan keandalan yang tidak memuaskan. Kuesioner yang dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Rumusan yang digunakan juga menggunakan rumus *r product-moment* apabila *r* hitung > *r* tabel, maka keseluruhan butir-butir kuesioner yang ada dinyatakan reliabel.

Uji Beda

Analisis yang digunakan untuk uji hipotesis penelitian yaitu uji beda atau uji t. Uji t yang digunakan yaitu *independent sample t-test*. Uji *independent sample t-test* adalah metode yang digunakan untuk membandingkan dua kelompok mean dari dua sampel yang berbeda (*independent*). Pada prinsipnya uji *independent sample t-test* berfungsi untuk mengetahui apakah ada perbedaan mean antara dua populasi dengan membandingkan dua sampelnya. Sebelum dilakukan analisis *independent sample t-test*, terlebih dahulu data harus memenuhi syarat awal, syarat tersebut antara lain:

1. Data berbentuk interval atau rasio
2. Data sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal
3. Variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (homogen)
4. Data berasal dari dua sampel yang berbeda

Penelitian eksperimen biasanya menggunakan dua sampel atau lebih sebagai objek penelitiannya. Sampel-sampel tersebut dibandingkan untuk melihat ada-tidaknya perbedaan setelah sampel-sampel tersebut diberi perlakuan berbeda. Untuk melihat ada-tidaknya perbedaan, dilakukan uji perbedaan dua rata-rata. *independent-samples t-test* menggunakan variansi antara dua sampel yang dibandingkan tidak berbeda secara signifikan (homogen). Data yang digunakan berasal dari dua sampel yang berbeda. Dasar Pengambilan keputusan didasarkan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi:

- a. Jika Sig. > 0,05, maka H₀ diterima, H_A ditolak.
- b. Jika Sig. < 0,05, maka H₀ ditolak, H_A diterima.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum objek Penelitian

Jaringan Indomaret dikelola oleh PT Indomarco Primatama. Gerai pertamanya dibuka pada November 1988 di Kalimantan. Pada awal berdirinya, konsep indomaret yaitu menyelenggarakan gerai yang berlokasi di kawasan hunian masyarakat dengan menyediakan produk-produk kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari, serta melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk, dan memiliki luas toko ± 200 m². Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat, gerai indomaret terus diperluas cakupannya dan membuka gerai-gerai di kawasan perumahan, niaga, perkantoran, kawasan wisata dan lainnya. Hal itu membuat manajemen PT Indomarco Primatama mulai berkomitmen untuk membuat indomaret sebagai sebuah ritel berskala nasional. Konsep yang digunakan oleh indomaret untuk memperluas gerainya yaitu dengan waralaba.

Awal mula berkembangnya jaringan minimarket Alfamart dimulai dengan pendirian perusahaan bernama PT Alfa Mitramart Utama pada tanggal 27 Juli 1999. Pemegang saham perusahaan ini adalah PT Alfa Retailindo Tbk. (51%) dan PT Lancar Distrindo (49%). Pendirian perusahaan ini berlanjut dengan peresmian minimarket Alfa Minimart pertama yang terletak di Jalan Beringin Raya, Karawaci, Tangerang, pada 18 Oktober 1999. Inilah titik awal perkembangan jaringan minimarket ini hingga sekarang mencapai lebih dari 1.350 outlet. Seiring dengan perkembangan jumlah outlet-nya, Alfa juga mengalami perubahan kepemilikan. Pada 1 Agustus 2002 kepemilikan Alfa beralih ke PT Sumber Alfaria Trijaya, perusahaan yang pemegang saham utamanya adalah PT HM Sampoerna Tbk. (70%) dan PT Sigmantara Alfindo (30%). Setelah terjadi perubahan kepemilikan itu, nama Alfa Minimart juga mengalami perubahan, yaitu menjadi Alfamart mulai Januari 2003.

Deskripsi Responden

Tabel 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	32	42%
Perempuan	45	58%
Jumlah	77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki di Indomaret Teling Atas Kota Manado adalah sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 42%, sedangkan perempuan di Indomaret Teling Atas Kota Manado sebanyak 45 orang dengan persentase sebesar 58%. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki di Alfamart Teling Atas Kota Manado adalah sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 30%, sedangkan perempuan di Alfamart Teling Atas Kota Manado sebanyak 54 orang dengan persentase sebesar 70%. Dengan adanya data ini, menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki.

Tabel 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Indomaret		Alfamart	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
≤ 25 tahun	13	16,88%	16	21%
26 – 30 tahun	36	46,75%	27	35%
31 – 35 tahun	9	11,69%	13	17%
≥ 36 tahun	19	24,68%	21	27%
Jumlah	77	100%	77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak di Indomaret Teling Atas Kota Manado adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 46,75% dengan frekuensi 36 orang. Sedangkan jumlah responden terbanyak di Alfamart Teling Atas Kota Manado adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 35% dengan frekuensi 27 orang. Dengan adanya data tersebut, jumlah responden Indomaret lebih banyak dari pada jumlah responden Alfamart.

Tabel 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Indomaret		Alfamart	
	Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
SMA	26	34%	21	27%
Diploma	4	5%	13	17%
S1	44	57%	36	47%
S2	3	4%	7	9%
Jumlah	77	100%	77	100%

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan S1 terbanyak yang membeli di Indomaret Teling Atas Kota Manado adalah sebesar 57% dengan frekuensi 44 orang. Sedangkan responden dengan tingkat pendidikan S1 terbanyak yang membeli di Alfamart Teling Atas Kota Manado adalah sebesar 47% dengan frekuensi 36 orang. Dengan adanya data tersebut, responden yang membeli di Indomaret lebih banyak dari pada responden yang membeli di Alfamart.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Indomaret)

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Bukti Fisik	1	0,000	Valid	0,929	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Empati	1	0,000	Valid	0,722	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Keandalan	1	0,000	Valid	0,875	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Daya Tanggap	1	0,000	Valid	0,789	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Jaminan	1	0,000	Valid	0,789	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		

Sumber: Output SPSS 22, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah $< \alpha$ yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap pernyataan $> 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Alfamart)

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Bukti Fisik	1	0,000	Valid	0,842	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Empati	1	0,000	Valid	0,776	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		

Keandalan	1	0,000	Valid	0,821	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Daya Tanggap	1	0,000	Valid	0,687	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		
Jaminan	1	0,000	Valid	0,627	Reliabel
	2	0,000	Valid		
	3	0,000	Valid		
	4	0,000	Valid		

Sumber: Output SPSS 22, 2021

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah $< \alpha$ yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap pernyataan $\geq 0,6$ maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Alfamart)

Variabel	Kapal	N	Mean	Std. Deviation
Bukti Fisik	Indomaret	77	16,04	3,242
	Alfamart	77	14,60	2,740
Empati	Indomaret	77	15,29	2,610
	Alfamart	77	14,26	2,541
Keandalan	Indomaret	77	15,90	3,102
	Alfamart	77	14,90	2,817
Daya tanggap	Indomaret	77	15,83	2,853
	Alfamart	77	14,87	2,520
Jaminan	Indomaret	77	15,69	2,749
	Alfamart	77	14,79	2,347

Sumber: Output SPSS 22, 2021

Tabel 6 memperlihatkan nilai rata-rata untuk bukti fisik Indomaret adalah sebesar 16,02 dan bukti fisik di Alfamart adalah sebesar 14,60. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik di Indomaret lebih baik dari bukti fisik di Alfamart. Nilai rata-rata empathy di Indomaret adalah sebesar 15,29 dan empati di Alfamart adalah sebesar 14,26. Hal ini menunjukkan bahwa empati Indomaret lebih baik dari empati di Alfamart. Nilai rata-rata keandalan di Indomaret adalah sebesar 15,90 dan keandalan di Alfamart adalah sebesar 14,90. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan di Indomaret lebih baik dari keandalan di Alfamart. Nilai rata-rata daya tanggap di Indomaret adalah sebesar 15,83 dan daya tanggap di Alfamart adalah sebesar 14,87. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap di Indomaret lebih baik dari daya tanggap di Alfamart. Nilai rata-rata jaminan di Indomaret adalah sebesar 15,69 dan jaminan di Alfamart adalah sebesar 14,79. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan di Indomaret lebih baik dari jaminan di Alfamart.

Tabel 7. Hasil Uji Beda (*Independent Samples Test*) Kualitas Pelayanan di Indomaret dan Alfamart

Kualitas Pelayanan	Minimarket	<i>t-test for Equality of Means</i>			
		Sig. (2-tailed)	Df	Mean Difference	Std. Error Difference
Bukti Fisik	Indomaret	0,003	190	-.656	.217
	Alfamart				
Empati	Indomaret	0,000	190	-1.010	.217
	Alfamart				
Keandalan	Indomaret	0,004	190	-.604	.209
	Alfamart				

Daya tanggap	Indomaret Alfamart	0,000	190	-1.010	.216
Jaminan	Indomaret Alfamart	0,006	190	-.594	.215

Sumber: Output SPSS 22, 2021

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa hasil dari *output* SPSS 22 diperoleh nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar $0.003 > 0.05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan tolak H_0 yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar $0.000 > 0.05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan tolak H_0 yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara empati di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar $0.004 > 0.05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan tolak H_0 yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara keandalan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar $0.000 > 0.05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan tolak H_0 yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara daya tanggap di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar $0.006 > 0.05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan tolak H_0 yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.

Pembahasan

Bukti Fisik

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Dan masing-masing Indomaret dan Alfamart sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi bukti fisik.

Empati

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara empati di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Dan masing-masing Indomaret dan Alfamart sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi empati.

Keandalan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara keandalan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Kualitas pelayanan baik di Indomaret maupun Alfamart Teling Atas Kota Manado terdapat Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang sudah diberikan perusahaan untuk dijalankan, salah satunya yaitu keramahan karyawannya. Kedua minimarket tersebut telah menerapkan SOP yang sudah ditetapkan perusahaan.

Daya Tanggap

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara daya tanggap di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Dan masing-masing Indomaret dan Alfamart sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi daya tanggap.

Jaminan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari segi jaminan yang diberikan oleh Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado secara umum sudah baik.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat perbedaan antara Bukti Fisik di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
2. Terdapat perbedaan antara Empati di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
3. Terdapat perbedaan antara Keandalan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
4. Terdapat perbedaan antara Daya Tanggap di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.
5. Terdapat perbedaan antara Jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado.

Saran

Saran yang dapat diberikan:

1. Indomaret Teling Atas Kota Manado perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan agar pelanggan merasa nyaman dan terus melakukan pembelian, baik dari segi bukti fisik, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan.
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, Indomaret Teling Atas Kota Manado perlu memperhatikan indikator empati antara lain; karyawan memiliki kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan dan karyawan secara memberikan informasi terkait harga/adanya penurunan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.A. (2019). Perbandingan Kualitas Pelayanan *e-Payment* Indomaret dan Alfamart di Kota Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol.6, No.2, Hal. 2119-2125. <https://core.ac.uk/reader/299934415>. Diakses 30 Maret 2021.
- Arikunto. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Divayana dan Rahanatha. (2018). Studi Komparatif Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (PT. BPR. Mertha Sedana dan PT. BPR. Mas Giri wangi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 4, Hal. 2134-2163. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/36953/23266>. Diakses 12 Januari 2021.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Onibala, J, Moniharapon, S, dan Rantung, M.C. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online Go-Jek dan Grab-Bike (Study Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal Emba*, Vol.8, No.3, Hal. 41-50. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/empa/article/view/26619/26240>. Diakses 12 Januari 2021.
- Sichinsambwe, Chishimba, dan Sikombe. (2017). *A Comparative Study of Service Quality and Customer Satisfaction in Zambian Banks*. *International Review of Management and Business Research*, Vol. 6, No.1, Hal. 309-319. <https://www.irmbjournal.com/papers/1490694270.pdf>. Diakses 12 Januari 2021.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto. (2016). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suparyanto dan Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono dan Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Walangitan, M.D. (2017). Perbandingan Tingkat Pelayanan Terhadap Konsumen Indomaret dan Alfamart Karombasan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, Vol.4, No.1, Hal. 59-68. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/17405/16939>. Diakses 12 Januari 2021.