

## EKSPLOKASI FAKTOR SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PASAR PINASUNGKULAN KAROMBASAN KOTA MANADO

**Lucky O H Dotulong, Sjendry S Loindong**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi

### ARTICLE INFO

**Keywords :** *service quality, customer satisfaction, phenomenology.*

**Kata Kunci:** *service quality, kepuasan pelanggan, fenomenologi*

Corresponding author :

Lucky O.H Dotulong

[luckydotulong1@gmail.com](mailto:luckydotulong1@gmail.com)

**Abstract :** *traditional market known as shopping untidy, dirty, muddy, and unsafe. One of the traditional market is a market Pinasungkulan Karombasan that lies in the southern part of the city of Manado. The purpose of this research is to find out if there is a quality of service which the factors of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles affect customer satisfaction market pinasungkulan karombasan. This research is qualitative research phenomenological approach, using data retrieval using interview techniques and observations with the samples on pinasungkulan karombasan market customers. Research results that service quality which there is a factor of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles affect customer satisfaction market pinasungkulan karombasan.*

**Abstrak :** Pasar tradisional dikenal dengan tempat berbelanja yang tidak rapi, kotor, becek, dan tidak aman. Salah satu pasar tradisional adalah pasar Pinasungkulan Karombasan yang terletak di bagian selatan kota Manado. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *service quality* yang didalamnya terdapat factor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* berdampak terhadap kepuasan pelanggan pasar pinasungkulan karombasan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, pengambilan data menggunakan teknik wawancara dan observasi dengan sampel pada pelanggan pasar pinasungkulan karombasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* yang didalamnya terdapat factor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* berdampak terhadap kepuasan pelanggan pasar pinasungkulan karombasan.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli pada waktu dan tempat yang bersamaan sehingga bisa terjadi transaksi. Bagi masyarakat, pasar tradisional bukan hanya tempat terjadinya transaksi tapi juga sebagai tempat interaksi setiap individu dari berbagai latar belakang yang berbeda. Ada juga faktalain yang tidak bisa dihilangkan adalah bagaimana terjadinya proses tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Proses ini tak akan bisa kita dapatkan di pasar modern.

Seiring dengan perkembangan maka kemudian munculah pesaing pasar tradisional yaitu pasar modern. Keppres No 96/2000 tentang usaha tertutup dan terbuka bagi penanaman modal asing (PMA) yang memasukkan ritel terbuka bagi asing. hipermarket tumbuh dari 83 pada 2005 menjadi 121 pada 2007, minimarket dari 6.465 tahun 2005 menjadi 8.889 pada 2007. Pada 2002-2008 Pasar Modern tumbuh 31,4 %. Bahkan, pada 2009 peritel asing, Walmart, Casino, Tesco, dan Central Thailand, berebut masuk. Adapun, Pasar Tradisional pada 2002-2008 turun 11,7 %. Sepuluh tahun terakhir, pedagang Pasar Tradisional turun 40%. Menurut pengurus Asosiasi .

Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APSI), penurunan ini akibat desakan Hipermarket dan pedagang tak mampu mempertahankan kios terenovasi karena tidak terjangkau biaya tebusnya (sucipto 2009 dalam ardyaningrum 2010). Masalah ini merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh pedagang dipasar tradisional. Masalah lain yang dihadapi oleh pedagang adalah penataan lokasi berdagang yang tidak tertata secara rapi. Belum lagi masalah drainase yang jelek mengakibatkan konsumen lebih memilih pasar modern. Berubahnya pilihan konsumen dari pasar tradisional, yang bau, kumuh, kotor, dengan harga yang tidak pasti, kepada pasar modern yang bersih, nyaman, dengan harga yang pasti.

Salah satu pasar tradisional yang sering dikunjungi oleh konsumen di Kota Manado adalah Pasar Pinasungkulan Karombasan. Pasar ini merupakan tempat berbelanja yang sudah sangat dikenal masyarakat Kota Manado dan sekitarnya. Selain berfungsi sebagai pasar tradisional, bagian lain tempat ini juga digunakan oleh masyarakat sebagai terminal angkutan kota dan angkutan antar kabupaten. Dapat dilihat kesemerawutan yang terjadi dipasar Pinasungkulan Karombasan akibat bertemunya pedagang dan pembeli, juga para penumpang kendaraan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kartika Dwi dkk (2014), tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan di Rumah Sakit Bunda Kandungan Surabaya, Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan secara langsung, dan kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan secara tidak langsung melalui kepuasan sebagai variabel *interviening*. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepercayaan mempunyai nilai lebih besar dibandingkan kualitas layanan terhadap kepuasan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci untuk menciptakan loyalitas.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan tingkat keunggulan tersebut dan pengendaliannya atas tingkat kunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Ada dua factor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan, dan kinerja yang dirasakan pelanggan. Jika pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelayanan dianggap baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan pelanggan maka kualitas layanan dianggap buruk. Kualitas pelayanan merupakan salah satu pengukuran pelanggan untuk melihat apakah pelanggan puas atau tidak. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang dipasar pinasungkulan karombasan akan sangat mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap kepuasan. Banyak manfaat yang akan diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992) dalam Dwi aryani dan Febriyani Rosita (2010). Factor-faktor *service Quality*: 1. Dapat dipercaya (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat. 2. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu tanggapan yang cepat dalam memberi bantuan kepada pelanggan dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak , 3. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan mereka untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan atau tingkat pengetahuan dan tingkat kesopanan santunan yang harus dimiliki karyawan di samping kemampuan mereka menawarkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pihak pelanggan. 4. Empati (*Empathy*), yaitu

keperdulian dan pemberian perhatian secara individu kepada konsumen. Termasuk didalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. 5. Berwujud (*Tangibles*), yaitu penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personal, dan alat-alat komunikasi.

### **Tujuan Penelitian**

Membuat preposisi seberapa besar pengaruh *service quality* yang didalamnya terdapat factor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* berdampak terhadap kepuasan pelanggan pasar pinasungkulan karombasan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kepuasan Pelanggan**

Westbrook dan Reilly 1983, dalam Tjiptono 2005:349 berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai individual.

### **Service Quality**

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi (Tjiptono, 2008:223) (1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; (2) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; (3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap; (4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan; (5) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

### **Landasan Empiris**

Wirajaya Yessi (2013), melakukan penelitian analisis kepuasan wisatawan mancanegara terhadap kualitas pelayanan pariwisata. Diidentifikasi bahwa salah satu permasalahan yang masih dihadapi dalam pembangunan kepariwisataan Kabupaten Maluku Tenggara adalah rendahnya kualitas pelayanan di bidang industri jasa pariwisata. Penelitian ini menganalisis lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kepuasan wisatawan mancanegara terhadap kualitas pelayanan pariwisata di Kabupaten Maluku Tenggara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, deskriptif studi *cross sectional*. Subyek penelitian mengambil empat informan yang merupakan wisatawan mancanegara yang berwisata di Kabupaten Maluku Tenggara yang sedang menikmati pelayanan dan fasilitas pariwisata. Dari penelitian, ditemukan bahwa kebanyakan wisatawan termotivasi untuk mengunjungi Kabupaten Maluku Tenggara setelah mendapat informasi dari situs internet yang dituliskan oleh wisatawan lain yang telah berkunjung sebelumnya. Sebagian besar wisatawan mancanegara sangat menyukai keindahan alam yang masih alami dan tenang di Kabupaten Maluku Tenggara. Hasil penelitian ini juga menjelaskan perbaikan terhadap lima dimensi kualitas pelayanan.

Angga Rahmat Dianto (2014) meneliti tentang Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap kualitas Pelayanan di The Body Art Fitness & Aerobic Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskripsi. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 30 members The Body Art Surabaya yang aktif mengikuti fitness. Data diperoleh dengan cara mengisi angket tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari angket persepsi kerja dan harapan konsumen. Analisis yang digunakan adalah analisis arithmetic means, analisis servqual, analisis importance performancedan diagram kartesius. Hasil penelitian adalah kinerja The Body Art Sura ya terhadap pelayanan kepada konsumen berada dalam kategori sangat baik dengan nilai rata-rata total

4,23 dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan berada dalam kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata total 4,39. Nilai rata-rata GAP total sebesar (-0,16) dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pihak The Body Art Surabaya sedang atau biasa saja. Nilai rata-rata total importance performance yang diperoleh 96,3% yang berarti secara keseluruhan pelayanan The Body Art Surabaya kepada konsumen belum memuaskan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara menyeluruh kinerja berada pada kriteria sangat baik dan harapan konsumen berada pada kriteria sangat tinggi. Namun kualitas pelayanan The Body Art dirasa sedang atau biasa saja sehingga belum mampu memberikan kepuasan pada konsumen.

Januar efendi panjaitan dan Ai lili yulianti (2016), melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jne cabang bandung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada JNE Cabang Bandung. JNE adalah perusahaan pengangkutan dan pengiriman dokumen yang telah berdiri sejak tahun 1990. Pada tahun 2004, JNE mendirikan kantor pusat di Jakarta. JNE Bandung memiliki cabang di Jalan Permata Kewalayaan nomor 1 – 4 Soekarno Hatta, Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah *non probability* sampel yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan.

Nia oktaviani (2015), meneliti tentang analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan internet telkomsel simpati loop (studi kasus telkomsel kota Palembang). Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini yaitu: Mengetahui bagaimana pelayanan internet Simpati LOOP yang dimiliki oleh PT.Telkomsel. Mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan jasa internet Simpati LOOP terhadap kepuasan pelanggan, dalam penelitian yang diukur dengan atribut dimensi kualitas pelayanan didapatkan hasil yang akan dijadikan patokan untuk meningkatkan pelayanan oleh PT. Telkomsel Sendiri. Hasil penelitian kepuasan pelanggan terhadap layanan internet pada PT.Telkomsel khususnya layanan Simpati LOOP dengan lima dimensi yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy telah memenuhi harapan pelanggan. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **Preposisi**

Ditarik preposisi yaitu *service quality* yang terdiri dari faktor-faktor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* berdampak terhadap kepuasan pelanggan pasar pinasungkulan karombasan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Metode penulisan yang dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi yang digunakan adalah pelanggan pasar pinasungkulan karombasan manado

#### **Sampel**

Sampel yang diambil berjumlah 5 pelanggan yang berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan manado.

### **Teknik pengumpulan data**

Esterberg dalam Sugiyono (2010:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Teknik Pengamatan/*Observasi*, Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2010:145) mengemukakan bahwa, *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Teknik Dokumentasi, Menurut Sugiyono (2010:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang.

### **Metode Analisis**

Teknik analisis data yang digunakan merupakan teknik analisis interpretatif, yang melihat pada cara memahami data yang mendalam.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Pembuktian preposisi**

#### **Dapat dipercaya (*Reliability*)**

Hasil wawancara dengan Frida Maili (48), “saya sering berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan ini. Mengenai janji yang ditepati pedagang adalah berbeda-beda tiap pedagang, ada yang dapat menepati janji, ada juga yang belum sampai tidak bisa menepati janji. Tapi karena saya sering berbelanja dengan langganan saya, mereka lebih banyak menepati janjinya. Dari pengalaman saya berbelanja disini, sekarang ini para pedagang lebih memilih untuk menjaga pelanggan mereka. Makanya mereka lebih memilih untuk melayani kami pelanggan dengan bersungguh-sungguh. Dengan pelayanan yang diberikan mereka pedagang sekarang ini membuat saya tetap datang berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan ini karena saya merasa puas”.

Hasil wawancara dengan Eke Lembong (37), “berbelanja dipasar pinasungkulan sini sudah biasa bagi saya karena jarak yang dekat dengan rumah. Kalau dari pengalaman saya bertransaksi dengan para pedagang, rata-rata mereka sekarang ini sudah baik dalam melayani saya berbelanja. Memang masih ada pedagang yang tidak sungguh-sungguh melayani saya, apalagi berjanji, sering tidak ditepati. Tapi tidak semua pedagang yang berdusta, lebih banyak yang menepati janji. Mungkin karena sudah banyak pesaing sehingga mereka lebih memilih jujur daripada kehilangan pelanggan. Karena mereka bersungguh-sungguh melayani, akhirnya saya merasa puas berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan ini”.

Hasil wawancara dengan Ingrid Lolombulan (67), “pengalaman saya berbelanja dipasar pinasungkulan ini, kalau dari pedagang untuk menepati janji, memang tidak semua yang mau menepati janji, ada sedikit saja dari mereka yang berjanji tapi tidak bisa menepati janji. Kalau beberapa puluh tahun yang lalu, pengalaman saya berbelanja disini, mereka pedagang seandainya saja berdagang. Belum ada pelayanan yang baik yang saya rasakan, malahan sampai dirumah merasa sering dirugikan. Beda dengan sekarang, mereka pedagang sudah memberikan pelayanan yang membuat saya puas untuk berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan ini. Mereka para pedagang mungkin sudah diberikan arahan oleh pemimpin pasar ataupun sudah ada masukan dari pembeli-pembeli, mereka para pedagang sudah bersungguh-sungguh memberikan pelayanan yang baik”.

#### **Cepat tanggap (*Responsiveness*)**

Hasil wawancara dengan Jan Rattu (53), “menurut saya rata-rata pedagang yang berjualan dipasar Pinasungkulan Karombasan sangat membantu sekali ini terbukti ketika saya berbelanja mereka memberikan informasi-informasi yang saya perlukan menyangkut harga bahan pokok yang murah dan lengkap. Saya puas dengan keramahan, bantuan, dan mereka cepat tanggap akan kebutuhan yang saya butuhkan”.

Hasil wawancara dengan Sumiati Halid (44), “menurut saya pada waktu membeli barang dipasar Pinasungkulan Karombasan pedagang begitu tanggap. Waktu saya memberikan pertanyaan-pertanyaan mencari keperluan barang apa atau berapa banyak barang yang dibutuhkan dan lain-lain menyangkut keperluan saya. Sering kalau saya berbelanja banyak pada mereka, para pedagang suka membantu membawakan barang belanjaan saya ke mobil pengangkut. Untuk berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan sini saya puas”.

Hasil wawancara dengan Frida Maili (48), “menurut saya, ketika saya berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan, jika barang yang saya cari tidak ada maka pedagang merujuk pada teman pedagang atau dia

membantu mencari barang yang saya perlu. Dengan kecepatan bantuan yang diberikan para pedagang, membuat saya senang bisa terbantu. Pedagang yang sering bertemu saya adalah pedagang yang ramah dan cekatan. Mereka cepat memahami kebutuhan yang saya butuhkan. Mereka bersedia membantu saya jika ada masalah berbelanja. Mereka sangat tanggap dan sangat membantu saya sehingga saya merasa puas berbelanja”.

#### **Jaminan (Assurance)**

Hasil wawancara dengan Eke Lembong (35), “ketika berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan saya merasa aman bertransaksi dengan pedagang pasar karena ada banyak petugas dinas pasar dan mandor pasar yang menjaga di setiap sudut pasar tempat berjualan. Karena sudah saling mengenal dengan mereka, maka saya tidak ragu-ragu membeli bahan kebutuhan, juga sikap sopan pedagang langganan saya membuat saya puas berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan ini”.

Hasil wawancara dengan Ingrid Lolombulan (67), “pada waktu membeli keperluan dipasar Pinasungkulan Karombasan pedagang bersikap sopan kepada saya ketika saya bertanya tentang harga bahan dan kapan expire dari barang-barang tersebut. Jadi saya puas dengan jaminan yang diberikan oleh pedagang”.

Hasil wawancara dengan Jan Rattu (53), “pengalaman saya bahwa pedagang memiliki pengetahuan yang memadai terhadap barang dagangan dengan mengetahui kegunaan dan batas waktu barang yang dijual beserta asal dari bahan jualan tersebut. Saya puas berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan”.

#### **Empati (Empathy)**

Hasil wawancara dengan Sumiati Halid (44), “Saya rasa perhatian pedagang buat saya ada, karena mereka selalu menyapa saya jika kebetulan lewat didepan lapak mereka. Selalu mereka ingin menjalin hubungan baik. Kalau hari raya, saya selalu mereka undang untuk silaturahmi. Kalau memahami kebutuhan spesifik, saya puas dengan pengetahuan mereka terhadap kebutuhan. Biasanya kalau belum ada gambaran masakan apa yang akan dibuat, saya malahan bertanya pada mereka pedagang, baiknya masakan apa yang akan saya buat dengan bahan – bahan yang mudah didapat”.

Hasil wawancara dengan Frida Maili (48), “selama ini waktu saya berbelanja dipasar Piansungkulan Karombasan, para pedagang langganan mereka selalu menegur saya ketika lewat didepan lapak tempat jualan. Malahan kalau ada kelebihan barang dagangan mereka suka memberi saya dari kelebihan baeang dagangan mereka. Kalau saya akan mengadakan acara dirumah, kemudian berbelanja bahan, mereka malahan yang menyarankan untuk membuat masakan dengan bahan-bahan yang mudah didapat supaya mudah. Saya puas berhubungan dengan pedagang dipasar Pinasungkulan Karombasan sini”.

Hasil wawancara dengan Eke Lembong (35), “kalau berbicara pedagang memberi perhatian pada saya, untuk ini ada beberapa yang saya temukan. Tapi kalau mereka berupaya berusaha menjalin hubungan baik dengan saya sebagai pelanggan bisa dirasakan, mereka juga biasanya menanyakan bahan apa yang saya butuhkan. Setelah itu mereka biasanya akan memberi masukan supaya mudah mendapatkan bahan yang saya inginkan. Sejauh ini saya merasa puas berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan ini”.

#### **Berwujud (Tangibles)**

Hasil wawancara dengan Ingrid Lolombulan (67), “Saya sudah terbiasa berbelanja di pasar Pinasungkulan Karombasan ini karena disini ada terminal penumpang bus. Jadi dulu waktu di desa belum ada pasar desa, saya berbelanja disini dan langsung kirim bahan belanja ke desa lewat bus – bus yang melayani sampai didesa kami. Saya sudah terbiasa dengan pedagang disini yang sering berpenampilan boleh dikatakan urakan karena tidak memakai baju saat berjualan. Tapi juga ada pedagang yang berdandan cantik, biasanya para ibu-ibu. Kalau untuk tempat berjualan biasanya tergantung dari bahan yang pedagang itu jual. Sayuran ada dimuka sedangkan daging dan ikan ada didalam pasar, tapi juga ada yang kebalikannya. Waktu – waktu yang lalu memang tidak nyaman tapi kemudian berangsur-angsur nyaman setelah keamanan mulai ditingkatkan, para pedagang sudah sadar pasar itu tempat mencari nafkah keluarga mereka. Pasar piansungkulan karombasan sekarang ini sudah terlihat bersih karena kesadaran mereka untuk tidak membuang sampah sembarangan juga mobil – mobil pengangkut sampah juga rajin mengangkat sampah. Sampai sejauh ini saya merasa puas datang berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan ini walaupun juga ada kalanya sering berhimpitan dipasar seperti sekarang ini karena ada pembangunan didalam pasar sehingga para pedagang keluar dan menempati badan jalan”.

Hasil wawancara dengan Jan Rattu (53), “berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan ini bukan baru bagi saya karena sejak masih muda sudah sering berbelanja dipasar sini. Kalau melihat penampilan mereka para pedagang, memang sudah begitu dari dulu. Ada yang berjualan tidak pakai baju, ada yang memperlihatkan tato, tapi ada juga yang berdandan sehingga kelihatan menarik. Mungkin bagi ibu – ibu kalau berbelanja pada pedagang yang tidak pakai baju akan merasa takut apalagi kalau pedagang itu punya banyak tato dibadan. Bagi saya mungkin karena sudah terbiasa berbelanja dipasar sini, lokasi berdagang mereka saya rasa nyaman karena masih bisa memilih bahan yang akan saya beli. Sekarang pasar Pinasungkulan sudah kelihatan bersih karena ada bak penampungan sampah dan mobil pengangkut sampah. Kalau dulu mereka hanya membuang limbah dagangan mereka sembarangan, akhirnya sungai yang ada dipasar pinasungkulan ini menjadi kotor. Sampai sejauh ini saya masih puas berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan ini”.

Hasil wawancara dengan Sumiati Halid (44), “saya sering berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan ini untuk membeli bahan dapur. Agak risih juga waktu membeli bahan pada pedagang yang tidak kelihatan rapi, tapi mungkin karena dipasar mereka berpakaian seadanya seperti itu. Kalau cuaca panas para pedagang laki – laki ada yang membuka baju. Kalau saya lebih memilih berbelanja pada pedagang yang kelihatan rapih dan menarik. Sekarang berbelanja disini tidak nyaman karena sempit. Mungkin karena ada pembangunan didalam pasar maka pedagang berpindah keluar. Dari pengalaman saya berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan, dari waktu ke waktu lokasi berjualan pedagang sudah ada perbaikan menjadi lebih bersih. Lokasi pasar Pinasungkulan Karombasan menurut saya strategis karena bisa dicapai dengan menggunakan kendaraan roda 4. Dengan penataan yang dilakukan pemerintah saya rasa lokasi pedagang yang ditempatkan sesuai dengan jenis barang dagangan menjadi lebih strategis karena saya lebih mudah untuk mendapatkan barang yang saya cari. Sejauh ini saya puas berbelanja dipasar Pinasungkulan Karombasan”.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hubungan Pernyataan Preposisi dengan hasil wawancara tentang Preposisi

Hasil wawancara dengan lima narasumber yang menjelaskan tentang factor *reliability* (dapat dipercaya) yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat. Hal itu meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan atau ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar pada pelanggan pasar pinasungkulan karombasan manado menyebabkan mereka merasa puas berbelanja dipasar pinasungkulan karombasan. Factor *reliability* merupakan salah satu factor yang membuat para pelanggan pasar pinasungkulan karombasan merasa puas.

Hasil wawancara dengan lima narasumber yang menjelaskan tentang factor cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu tanggapan yang cepat dalam memberi bantuan kepada pelanggan pasar pinasungkulan karombasan manado dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi pemberian pelayanan secara cepat dan tepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan pelanggan dengan cepat dan benar. Factor *Responsiveness* merupakan salah satu factor yang membuat para pelanggan pasar pinasungkulan karombasan merasa puas.

Hasil wawancara dengan lima narasumber yang menjelaskan tentang factor Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan/pedagang pasar pinasungkulan karombasan manado serta kemampuan mereka untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan atau tingkat pengetahuan dan tingkat kesopan santunan yang harus dimiliki karyawan di samping kemampuan mereka menawarkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pihak pelanggan pasar pinasungkulan karombasan manado. Factor *Assurance* merupakan salah satu factor yang membuat para pelanggan pasar pinasungkulan karombasan merasa puas.

Hasil wawancara dengan lima narasumber yang menjelaskan tentang factor Empati (*Empathy*), yaitu kepedulian dan pemberian perhatian secara individu kepada pelanggan pasar pinasungkulan karombasan manado. Termasuk didalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. Hal itu meliputi kegiatan mempelajari keinginan konsumen, memberikan perhatian secara individu kepada konsumen dan mengenal lebih dekat. Factor *Empathy* merupakan salah satu factor yang membuat para pelanggan pasar pinasungkulan karombasan merasa puas.

Hasil wawancara dengan lima narasumber yang menjelaskan tentang factor Berwujud (*Tangibles*), yaitu penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, personal, dan alat-alat komunikasi karyawan/pedagang pasar pinasungkulan karombasan manado. Hal itu meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan

perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. Tangible ini merupakan wujud dari suatu service atau asa mulai dari bangunan, interior, seragam petugas atau pegawai perusahaan, perabot yang dipakai, dan sebagainya yang berwujud. Factor *Tangibles* merupakan salah satu factor yang membuat para pelanggan pasar pinasungkulan karombasan merasa puas.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan yang harus dicapai produsen untuk memaksimalkan manfaat yang akan diterima. Salah satu program pemasaran untuk mencapai kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang maksimal. Produk yang terbaik tak akan bisa bertahan jika pelayanan yang diberikan buruk. *Service quality* atau kualitas pelayanan yang didalamnya terdapat factor-faktor Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles, dari hasil wawancara dengan pelanggan pasar pinasungkulan karombasan yang menjadi informan disimpulkan bahwa ada kepuasan bagi pelanggan pasar pinasungkulan karombasan manado lewat *Service quality*.

### Saran

Peneliti memberikan saran kiranya para pedagang maupun pengelola dipasar pinasungkulan karombasan manado bisa mempertahankan bahkan lebih meningkatkan pelayanan bagi para konsumen maupun pelanggan yang datang berbelanja. Meningkatkan fasilitas-fasilitas tempat berjualan bagi para pedagang juga akan lebih memudahkan pelanggan berbelanja maupun berinteraksi dengan pedagang pasar pinasungkulan karombasan manado

## DAFTAR PUSTAKA

Angga Rahmat Dianto (2014), Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap kualitas Pelayanan di The Body Art Fitness & Aerobic Surabaya. Jurnal Kesehatan Olahraga universitas Negeri Surabaya Volume 02 Nomor 02 Tahun 2014, 225 – 236. Akses, 9 Oktober 2017

<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-kesehatan-olahraga/article/view/8461>

Ardyaningrum 2010, Nalisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Pasar Tradisional Dan Modern. Akses 8 Oktober 2017

<http://eprints.ums.ac.id/7476/2/B100060015.pdf>,

Dwi aryani dan Febriyani Rosita (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei—Agus 2010, Akses 8 Oktober 2017 <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/viewFile/632/617>

Januar efendi panjaitan dan Ai lili yulianti (2016), Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jne cabang bandung. DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016. Akses 8 oktober 2017. <https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/197>

Kartika Dwi dkk (2014), tentang Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Kepercayaan di Rumah Sakit Bunda Kandangan Surabaya, Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) Vol 12 No 3, 2014, Akses 8 Oktober 2017 <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/viewFile/689/671>

Nia oktaviani (2015), Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan internet telkomsel simpati loop (studi kasus telkomsel kota palembang. Prosiding SNIT 2015 Seminar Nasional Inovasi dan Tren (SNIT) 2015. Akses 9 oktober 2017

[http://lppm.bsi.ac.id/SNIT2015/BidangA/A13\\_80-83\\_2015](http://lppm.bsi.ac.id/SNIT2015/BidangA/A13_80-83_2015)

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.

Tjiptono 2008. Service Management, Mewujudkan Layanan Prima. Penerbit Andi., Yogyakarta

Westbrook dan Reilly. 1983. Dalam Tjiptono, Fandy (2005). Brand Management and Strategy. Penerbit Andi.

Wirajaya Yessi (2013), Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 2, Nomor 3, Desember 2013. Akses 9 Oktober 2017,<https://media.neliti.com/media/publications/111247-ID-analisis-kepuasan-wisatawan-mancanegara.pdf>