

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA MINIMARKET
INDOMARET DAN ALFAMART
DI WILAYAH MAUMBI MINAHASA UTARA**

***THE INFLUENCE OF STANDARD OPERATING PROCEDURE, AMENITIES, AND WORK
DISCIPLINE TOWARD EMPLOYEE PERFORMANCE IN NOONGAN RSUD***

Oleh:

Leonita Elisabeth Massa¹

Altje L. Tumbel²

Rotinsulu Jopie Jorie³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹massaleonita.26@gmail.com

²altjetumbel@yahoo.com

³jopierotinsulu@unsrat.ac.id

Abstrak: Salah satu bisnis ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari adalah minimarket. Bisnis minimarket merupakan salah satu bisnis yang tergolong sebagai bisnis retail yang memiliki potensi besar. Kehadiran bisnis minimarket menawarkan alternatif untuk para konsumen yang membutuhkan produk namun tidak ditemukan di warung tradisional pada umumnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan antara kualitas pelayanan pada minimarket Indomaret dan Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara. 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 *tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Indomaret dan Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. adalah 100 orang pada Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara dan 100 orang pada Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara. Jenis Penelitian ini menggunakan penelitian komparatif yang bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji dengan menggunakan analisis uji beda (*Independent Sample t-Test*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan pada pada minimarket Indomaret dan Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara. Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan agar konsumen merasa nyaman dan terus melakukan pembelian. Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang membeli produk.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, Indomaret, Alfamart*

Abstract: *One of the retail businesses that serve basic needs and daily needs is a mini market. The minimarket business is one of the businesses that is classified as a retail business that has great potential. The presence of a minimarket business offers an alternative for consumers who need products but are not found in traditional stalls in general. The purpose of this research to know there are differences between the service quality at Indomaret and Alfamart minimarket area Maumbi Minahasa Utara. Measurement service quality of the object this report is written with use an instrument for measuring service quality put forward by Tjiptono in which is 5 dimensions; tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. The populations in this study were customers that buy at Indomaret and Alfamart minimarket area Maumbi Minahasa Utara. The sample in this study uses the Slovin formula to determine the number of sample are 100 people at Indomaret area Maumbi Minahasa Utara and 100 people at Alfamart area Maumbi Minahasa Utara. 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 is a significant difference between service quality at Indomaret and Alfamart minimarket area Maumbi Minahasa Utara City. Indomaret area Maumbi Minahasa Utara needs to maintain the quality of service set by the company so that customers feel comfortable and continue to make purchases. Indomaret area Maumbi Minahasa Utara should improve the quality of service to customers that buy product.*

Keywords: *Service quality, indomaret, alfamart*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan bisnis ritel, pada saat ini bisnis ritel tidak lagi dikelola secara tradisional, melainkan dengan cara modern. Persaingan yang ketat pada bisnis ritel tidak terlepas semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai faktor yang dibidik. Persaingan tersebut memacu para pebisnis di bidang ritel untuk senantiasa menjadi ritel pilihan konsumen dan mempertahankan konsumennya. Setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing.

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. Peranannya 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 (Satriadi, 2017).

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi lima kriteria kualitas pelayanan yang sering disebut *rater* sehingga dapat menciptakan peserta/pelanggan yang loyal, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance*. 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. Jadi 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 (Isibor dan Odia, 2014). Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas dengan harapan atau bahkan melebihi maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas (Lomendra, dkk, 2019).

Indomaret dan Alfamart di wilayah Maumbi Minahasa Utara 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.

Persaingan antara kedua minimarket ternama Indomaret dan Alfamart sangat ketat. Indomaret dan Alfamart lokasinya selalu dalam jarak yang tidak berjauhan, segmen hingga tata ruang nya 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 untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kualitas pelayanan antara Minimarket Indomart dan Alfamart di wilayah Maumbi Minahasa Utara.

Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:27) mengatakan manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

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 memperlakukan 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 Nugraha dan Moeliono (2019) dengan judul analisis perbandingan kualitas pelayanan rumah sakit umum daerah al-ihsan Baleendah Bandung Jawa Barat dan rumah sakit Muhammadiyah Bandung Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan kualitas pelayanan antara Rumah Sakit Umum Daerah Al-Ihsan dengan Rumah Sakit Muhammadiyah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya perbedaan kualitas pelayanan di antara Rumah Sakit Umum Al-Ihsan, Bandung dengan Rumah Sakit Muhammadiyah, Bandung.

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 Rahanatha (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 Warbung (2019) dengan judul perbandingan kualitas pelayanan antara *excelso* mantos dan *starbucks* mantos Manado. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji. Objek penelitian ini adalah Konsumen *Excelso* dan *Starbucks* Mantos Manado. Hasil penellitian menunjukkan Sikap Konsumen *Excelso* dan Sikap Konsumen *Starbucks* tidak berbeda signifikan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: Kajian Teori, 2020

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₀: Diduga tidak terdapat perbedaan Kualitas Pelayanan di Indomaret dan Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara.

H_A: Diduga terdapat perbedaan Kualitas Pelayanan di Indomaret dan Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara.

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 di teliti 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 konsumen yang membeli pada tahun 2020 di Indomaret yang berjumlah 214.533 orang dan konsumen yang membeli pada tahun 2020 di Alfamart yang berjumlah 157.252 orang yang berada di Wilayah Maumbi Minahasa Utara. Besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, adalah 100 orang di Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara dan 100 orang di Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara.

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 konsumen di Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara tertutup kepada para konsumen dimana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti. Data sekunder ini diperoleh dari Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara, yaitu data jumlah konsumen 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 pernyataan-pernyataan 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 konsumen Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara.

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 mean 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 DAN PEMBAHASAN

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 wilayah Maumbi Minahasa Utara adalah sebanyak 43 orang dengan persentase sebesar 43%, sedangkan perempuan di Indomaret wilayah Maumbi Minahasa Utara sebanyak 57 orang dengan persentase sebesar 57%. Jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki di Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara adalah sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 34%, sedangkan perempuan di Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara sebanyak 66 orang dengan persentase sebesar 66%. 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	19	19%	22	22%
26 – 30 tahun	42	42%	33	33%
31 – 35 tahun	14	14%	18	18%
≥ 36 tahun	25	25%	27	27%
Jumlah	100	100%	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah responden terbanyak di Indomaret di wilayah Maumbi Minahasa Utara adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 42% dengan frekuensi 42 orang. Sedangkan jumlah responden terbanyak di Alfamart di wilayah Maumbi Minahasa Utara adalah dari kelompok umur 26 - 30 tahun sebesar 33% dengan frekuensi 33 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	32	32%	27	27%
Diploma	10	10%	19	19%
S1	49	49%	41	41%
S2	9	9%	13	13%
Jumlah	100	100%	100	100%

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan S1 terbanyak yang membeli di Indomaret wilayah Maumbi Minahasa Utara adalah sebesar 49% dengan frekuensi 49 orang. Sedangkan responden dengan tingkat pendidikan S1 terbanyak yang membeli di Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara adalah sebesar 41% dengan frekuensi 41 orang. Dengan adanya data tersebut, responden yang

berpendidikan S1 di Indomaret lebih banyak dari pada responden yang berpendidikan S1 di Alfamart dan responden yang berpendidikan S1 lebih banyak daripada responden yang berpendidikan SMA, Diploma, dan S2.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Indomaret)

Variabel	Item Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan di Indomaret	X.1	0,000	Valid	0,934	Reliabel
	X.2	0,000	Valid		Reliabel
	X.3	0,000	Valid		Reliabel
	X.4	0,000	Valid		Reliabel
	X.5	0,000	Valid		Reliabel
	X.6	0,000	Valid		Reliabel
	X.7	0,000	Valid		Reliabel
	X.8	0,000	Valid		Reliabel
	X.9	0,000	Valid		Reliabel
	X.10	0,000	Valid		Reliabel
Kualitas Pelayanan di Alfamart	X.1	0,000	Valid	0,867	Reliabel
	X.2	0,000	Valid		Reliabel
	X.3	0,000	Valid		Reliabel
	X.4	0,000	Valid		Reliabel
	X.5	0,000	Valid		Reliabel
	X.6	0,000	Valid		Reliabel
	X.7	0,000	Valid		Reliabel
	X.8	0,000	Valid		Reliabel
	X.9	0,000	Valid		Reliabel
	X.10	0,000	Valid		Reliabel

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	Minimarket	N	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	Indomaret	100	38,64	7,342
	Alfamart	100	36,77	5,552

Sumber: Output SPSS 22, 2021

Tabel 5 memperlihatkan nilai rata-rata kualitas pelayanan di Indomaret adalah sebesar 38,64 dan kualitas pelayanan di Alfamart adalah sebesar 36,77. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Indomaret lebih baik dari kualitas pelayanan di Alfamart.

Tabel 6. Hasil Uji Beda (Independent Samples Test) Kualitas Pelayanan di Indomaret dan Alfamart

Variabel	Minimarket	<i>t-test for Equality of Means</i>			
		Sig. (2-tailed)	Df	Mean Difference	Std. Error Difference
Kualitas Pelayanan	Indomaret	0,000	198	1.870	.921
	Alfamart				

Sumber: Output SPSS 22, 2021

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa hasil dari *output SPSS 22* diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 > 0.05$, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan tolak H_0 yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik di Indomaret dan Alfamart di wilayah Maumbi Minahasa Utara 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, namun Indomaret memiliki kualitas pelayanan dari segi bukti fisik lebih baik dari Alfamart. Hal tersebut memperlihatkan bahwa bukti-bukti fisik di Indomaret seperti perlengkapan, karyawan, kondisi ruangan tertata dengan rapi dan bersih, cantik atau indah dan berpakaian rapi dan harmonis, sedangkan bukti-bukti fisik di Alfamart yaitu kondisi ruangan belum tertata dengan rapi dan bersih. Bukti fisik diukur berdasarkan bukti nyata dan pelayanan yang diberikan, antara lain; tempat parkir, dan kondisi ruangan bagi semua pihak dalam menampilkan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi. Dalam penelitian ini, aspek bukti fisik menjadi salah satu aspek yang dapat memuaskan konsumen Indomaret sehingga konsumen lebih cenderung memilih untuk berbelanja pada Indomaret tersebut dibandingkan Alfamart. Berdasarkan hal tersebut, dapat menjadi bukti bahwa fasilitas fisik yang dimiliki oleh Indomaret lebih baik dibandingkan Alfamart. Hasil penelitian dari Sichinsambwe, Chishimba, dan Sikombe (2017), menemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada aspek bukti fisik.

Empati

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara empati di Indomaret dan Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara. Dan masing-masing Indomaret dan Alfamart sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi empati. Namun kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indomaret dilihat dari segi empati lebih baik dari Alfamart. Hal tersebut dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan di Indomaret dilihat dari segi empati, karyawan memiliki kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, serta rutin memberikan informasi terkait harga/adanya penurunan harga, sedangkan pada Alfamart, karyawan belum sepenuhnya memiliki kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, serta tidak rutin memberikan informasi terkait harga/adanya penurunan harga. Aspek empati dapat diukur melalui kepedulian karyawan, dan informasi terkait harga. Rasa tanggap terhadap kebutuhan konsumen harus dimiliki oleh setiap karyawan sehingga konsumen tidak perlu repot-repot menanyakan barang yang diinginkan, tetapi karyawan telah menyediakan sebelum konsumen menanyakannya, pelayanan konsumen lebih ditingkatkan dengan tidak memandang status sosial sehingga dapat terwujud hubungan yang baik dengan konsumen, dan karyawan mengerti atau memahami apa yang diperlukan konsumennya sudah sesuai dengan harapan konsumennya. Hasil penelitian dari Walangitan (2017), menemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada aspek empati.

Keandalan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara keandalan di Indomaret dan Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara. Kualitas pelayanan baik di Indomaret maupun Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara 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. Pelayanannya memuaskan dan karyawannya ramah. Alfamart dan Indomaret sebenarnya tidak memiliki banyak karyawan, akan tetapi karena konsumen/konsumen datang silih berganti maka para karyawan dapat dengan mudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan cara menjawab pertanyaan konsumen/konsumen, membantu mencari barang yang dicari oleh konsumen atau pelayanan lain yang diperlukan konsumen/konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indomaret dilihat dari segi keandalan lebih baik dari Alfamart. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa karyawan Indomaret handal dalam memberikan penyampaian jasa pada konsumen, namun karyawan Alfamart kurang handal memberikan jasa pada konsumen. Hasil penelitian dari Putri (2015), menemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada aspek keandalan.

Daya Tanggap

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara daya tanggap di Indomaret dan Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara. Dan masing-masing Indomaret dan Alfamart sudah memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam segi daya tanggap. Namun kualitas pelayanan yang diberikan oleh Indomaret dilihat dari segi daya tanggap lebih baik dari Alfamart. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa karyawan Indomaret memiliki kecepatan tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen atau pesanan konsumen dan memberikan informasi produk/barang baru, namun karyawan di Alfamart kurang tanggap dalam menyelesaikan keluhan konsumen, dan tidak memberikan informasi produk/barang. Hasil penelitian dari Onibala, Moniharapon, dan Rantung (2020), menemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada aspek daya tanggap.

Jaminan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara jaminan di Indomaret dan Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari segi jaminan yang diberikan oleh Indomaret dan Alfamart wilayah Maumbi Minahasa Utara secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang baik dari responden terhadap kondisi dari indikator jaminan. Hal ini dapat dilihat dari distribusi jawaban responden yang sebagian besar setuju dengan pernyataan tentang kualitas pelayanan yang diberikan pihak Indomaret ataupun Alfamart, dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Namun Indomaret memiliki kualitas pelayanan dari segi jaminan lebih baik dari Alfamart. Hal tersebut dapat dilihat bahwa produk yang di tawarkan Indomaret dijamin mutunya saat dikonsumsi konsumen dan Barang/produk yang dijual di Alfamart tidak ada kadaluarsa, dibandingkan dengan di Alfamart. Adanya respon yang tinggi, reliabilitas, dan jaminan yang baik dari diri karyawan Indomaret terhadap konsumen. Hasil penelitian dari Hikmah (2018), menemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pada aspek jaminan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan pada Minimarket Indomaret dan Alfamart di Wilayah Maumbi Minahasa Utara. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh minimarket Indomaret dan Alfamart di Wilayah Maumbi Minahasa Utara secara umum sudah baik. Namun Indomaret memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik dari Alfamart. Hal ini dapat dilihat dari respon yang tinggi, reliabilitas, dan jaminan yang baik dari diri karyawan Indomaret terhadap konsumen yang membeli produk.

Saran

Saran yang dapat diberikan:

1. Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan agar konsumen merasa nyaman dan terus melakukan pembelian.
2. Hendaknya pihak manajemen Indomaret Wilayah Maumbi Minahasa Utara meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat, kemampuan dalam menanggapi keluhan konsumen serta mampu mengatasi masalah yang dihadapi konsumen. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa dihargai dan mendapatkan pelayanan yang baik.
3. Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang membeli produk.
4. Hendaknya pihak manajemen pada Alfamart Wilayah Maumbi Minahasa Utara memberikan pengertian kepada karyawannya dalam berperilaku dan bersikap ramah dalam melayani konsumen.

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.
- Hikmah. (2018). Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, Vol.3, No.1, Hal. 29-39. <http://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/83/64>. Diakses 23 Oktober 2020.

- Isibor dan Odia. (2014). *Comparative Study Of Service Quality in Nigerian Restaurant and Transport Business Organisations. International Journal of Business and Management*, Vol. 9, No. 4, Hal. 151-159. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/31736>. Diakses 23 Oktober 2020.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Lomendra, dkk. (2019). *Assessing the Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction in Commercial Banks of Mauritius. International Journal of Studies in Business and Economics*, No. 14, Vo.1, Hal. 259-270. <https://content.sciendo.com/view/journals/sbe/14/1/article-p259.xml?language=en>. Diakses 23 Oktober 2020.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Nugraha dan Moeliono. (2019). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Al-Ihsan Baleendah Bandung Jawa Barat dan Rumah Sakit Muhammadiyah Bandung Jawa Barat. *e-Proceeding of Management*, Vol.6, No.3, Hal. 5961- 5967. <https://core.ac.uk/download/pdf/299934554.pdf>. Diakses 23 Oktober 2020.
- 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/emba/article/view/26619/26240>. Diakses 12 Januari 2021.
- Putri, S.M.A. (2015). Analisis Perbandingan Kualitas Layanan the Premiere Cinema XXI Ciwalk dan Velvet Class Blitzmegaplex PVJ Menurut Konsumen di Bandung. *e-Proceeding of Management*, Vol.2, No.3, Hal. 2732-2738. <https://docplayer.info/52621035-Analisis-perbandingan-kualitas-layanan-the-premiere-cinema-xxi-ciwalk-dan-velvet-class-blitzmegaplex-pvj-menurut-konsumen-di-bandung.html>. Diakses 23 Oktober 2020.
- Satriadi. (2017). Perbandingan Kualitas Pelayanan Antara Perpustakaan Provinsi Kepri dengan Kota Tanjungpinang. *Jurnal Benefita*, Vol.2, No.3, Hal. 288-298. <http://ejournal.lldikti10.id/index.php/benefita/article/view/2318/861>. Diakses 23 Oktober 2020.
- 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.irnbrjournal.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.
- 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.
- Wabung, F. (2019). Perbandingan Kualitas Pelayanan Antara *Excelso Mantos* dan *Starbucks Mantos* Manado. *Jurnal Emba*, Vol.7, No.4, Hal. 5889-5897. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26524/26139>. Diakses 23 Oktober 2020.