**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

**PT. Matahari Department Store Mega Mall Manado**

Scarlet Christine Ester Undap

J. A. F. Kalangi

Olivia Walangitan

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis

Email : [scarletundap28@gmail.com](mailto:scarletundap28@gmail.com)

***Abstract****. This study aims to determine whether service quality has an effect on customer satisfaction at PT. Matahari Department Store Mega Mall Manado. This research is a type of quantitative research with a consumer population of PT. Matahari Department Store Mega Mall Manado. The sample size uses the guidelines proposed by Roscoe, that a viable sample size in the study of between 30 and 500 is sufficient to be used in a study. Therefore, the sample in this study was 50 respondents. Judging from the results of the calculation of the hypothesis partially through the t test which states that the variable service quality is known to have a tcount of 11,382 and a ttable of 2,010, it can be concluded that service quality has a significant effect on customer satisfaction. So Ho's decision is rejected and Ha is accepted, which means that service quality affects customer satisfaction. And based on the results of simple linear regression testing, the influence between service quality variables and customer satisfaction is indicated by the coefficient of determination (R2) of 0.730 or 73.0%, which means that the influence of service quality variables on customer satisfaction is 73.0% while the remaining 27.0% is influenced by other variables that are not included in this study.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT.Matahari *Department Store* Mega MallManado. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan populasi konsumen dari PT.Matahari *Department Store* Mega MallManado. Ukuran sampel menggunakan panduan yang dikemukakan oleh Roscoe, bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian**.** Karena itu, sampel dalam penelitian ini sebesar 50 responden. Dilihat dari hasil perhitungan hipotesis secara parsial melalui uji t yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan diketahui mempunyai nilai thitung sebesar 11.382 dan ttabel sebesar 2.010, dapat diarikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka keputusannya Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan berdasarkan hasil pengujian regresi linear sederhana pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0.730 atau 73.0% yang artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 73.0% sedangkan sisanya 27.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

**Pendahuluan**

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan kosumen dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan respon terhadap keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen. Salah satu cara untuk memberikan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah dan luwes kepada konsumen. Setiap konsumen memiliki keinginan dan harapan berbeda dalam memenuhi kebutuhannya. Bila kebutuhan dan harapan terpenuhi konsumen akan menjadi puas dan akhirnya akan mendatangkan keuntungan pada perusahaan.

Seiring dengan perkembangan banyak pula berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu menjalankan bisnis pertokoan di bidang fashion. Dengan adanya beberapa perusahaan dibidang fashion bermunculan di kota-kota besar, maka perusahaan ritel seperti PT. Matahari *Department Store* yang menjalakan bisnis di bidang fashion muncul maka terciplah suatu kondisi persaingan. Meskipun sekarang ini banyak sekali muncul juga bisnis-bisnis online dibidang fashion tetapi PT. Matahari *Department Store* masi dapat bersaing karena telah mengembangkan bisnisnya dalam dunia online. Kelebihan dari *Department Store* dengan toko-toko biasa adalah karena dapat memberikan keleluasaan kepada konsumen untuk memilih barang-barang yang diminati dengan berbagai alternatif pilihan dari harga, merek, ukuran dan kualitas barang yang dibutuhkan.

Tempat yang bersih, nyaman, rapi, teratur dapat menambah daya tarik konsumen untuk belanja. Maka dengan sendirinya akan melahirkan persaingan yang ketat untuk mempertahankan konsumen yang lama yang telah menjadi pelanggan agar tidak berpaling ke yang lain. Dengan adanya persaingan disini maka perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan keinginan serta kebutuhan konsumen. Hal itu merupakan kunci keberhasialan *Department Store*.

PT. Matahari *Department Store* adalah tokoh eceran yang berskala besar pengelolahannya dibagi dan dipisah menjadi beberapa bagian departemen diantaranya, pakaian mulai dari pakaian bayi, anak-anak, remaja hingga orang dewasa. Serta produk-produk kecantikan dalam berbagai merek internasional yang menawarkan produk yang berkualitas untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan. Serta letak PT.Matahari sangat strategis karena gerainya berada dalam Mega Mall Manado yang menjadi tempat pembelanjaan.

Kualitas pelayanan pada sebagian besar perusahaan umumnya berkaitan dengan lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitaas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan nilai harapan dengan nilai kerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu: Ketanggapan, Keandalan, Jaminan, Empati, Bukti Fisik untuk mengevaluasi kinerja pelayanan.

**Tinjauan Pustaka**

**Pemasaran**

Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus di pertahankan dan di tingkatkan karena konsumen mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga konsumen akan puas terhadap perusahaan tersebut

Definisi pemasaran menurut Hasan (2013) adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan

**Kualitas Pelayanan**

Menurut Lupiyoadi (2014) kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan dan kebutuhan konsumen, jadi konsumen yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi keputuhannya.

Menurut Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan.

Sedangkan kualitas pelayanan didefinisikan oleh konsumen merupakan seberapa baik sebuah produk atau pelayanan sesuai dengan kebutuhan spesifik dari konsumen. Kualitas meliputi kualitas kinerja, daya tahan, kehandalan. Kualitas kinerja mengacu pada tingkat dimana karakteristik produk atau pelayanan itu beroprasi.

**Kepuasan Konsumen**

Kepuasan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan untuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara unjuk kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan merasa kecewa). Sebaliknya apabila unjuk kerja melebihi dari apa yang diharapkan, kepuasan pasti akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat, sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen. Masalah kepuasan adalah masalah yang bersifat subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain, walaupun pelayanan yang diberikan kualitasnya sama.

Menurut Kotler (2013) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Konsumen dapat memahami kala kinerja di bawa harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas.

**Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini dilihat dari tingkat eksplanasi merupakan jenis penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang penyajian datanya berupa angka-angka dan menggunakan Analisa statistic yang biasanya bertujuan untuk menunjukan hubungan antar variabel.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi dan kuesioner. Sedangkan lokasi penelitian di PT.Matahari Departement Store Mega Mall Manado.

Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel mengikuti panduan dari Roscoe bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam sebuah penelitian, sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

**Hasil Penelitian**

**Skala Instrumen Penelitian**

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian.

**Variabel Penelitan**

Menurut Sugiyono (2015) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yamg mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

**Operasional Variabel**

Menurut Nazir (2014), definisi oprasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu oprasional yang diperlukan untuk mengukur konstrak atau variabel tersebut. Penyusunan instrument penelitian agar lebih jelas, perlu dibahas indikator-indikator yang terkandung dalam definisi oprasional masing-masing variabel.

**Uji Validitas**

Pengujian validitas data digunakan untuk mengukur sah atau vailid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2011). Dalam hal ini digunakan item pertanyaan yang diharapkan dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur.

**Uji Reliabilitas**

Yang dimaksud dengan reliabilitas adalah pengukuran untuk suatu gejala. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat tersebut untuk digunakan. Menurut Supranto (1999) alat ukur dikatakan reliabel (handal) kalau dipergunakan untuk mengukur berulang kali dalam kondisi yang relative sama atau sedikit variasi.

**Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas**

|  |  |
| --- | --- |
| Interval | Kriteria |
| <0,200 | Sangat rendah |
| 0,2- 0,399 | Rendah |
| 0,4-0,599 | Cukup |
| 0,6- 0,799 | Tinggi |
| 0,8-1,00 | Sangat Tinggi |

**Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan metode statistik deskriptif. Statistik deskreptif adalah statistik yang diginakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum. Statistik deskriptif bertujuan untuk menata, menyajikan dan menganalisi data dapat dilakukan dengan menentukan nilai-nilai rata hitung.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen. Berikut ini adalah hasil perhitungan regresi linear sederhana antara kualitas pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y) dengan dibantu SPSS dalam perhitungannya diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1**

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstand Coeff. | | Stand Coeff | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 3.257 | 1.693 |  | 1.923 | .060 |
| Kualitas Pelayanan | .845 | .074 | .854 | 11.382 | .000 |

*Sumber : hasil olahan data SPSS,2020*

Dari tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y= 3.257 + 0.845X

Dari persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen secara parsial. Dan dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa:

1. Nilai Constant (a) adalah 3.527, artinya jika tidak terjadi perubahan kualitas pelayanan (Nilai X=0) maka kepuasan konsumen pada PT.Matahari Department Store Mega Mall Manado adalah sebesar 3.527.
2. Nilai Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0.845 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika presepsi kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.

**Analisis Kolerasi (R)**

Koefisien kolerasi adalah untuk mengetahui hubungan atau kolerasi antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y)

**Tabel 2**

**Hasil Koefisien Kolerasi**

**Model Summaryb**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .854a | .730 | .724 | 1.470 |

*Sumber: hasil olahan data SPSS,2020*

Dari tabel diatas didapat nilai R sebesar 0.854 yang artinya hubungan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kuat dilihat dari tabel pedoman.

**Koefisien Determinasi (R2)**

Koefisien determinasi berfunsi untuk melihat besarnya kontribusi variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Konsumen dalam bentuk persen. Hasil koefisien determinasi (R2) penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3  
Hasil Koefisien Determinasi (R2)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .854a | .730 | .724 | 1.470 |

*Sumber: hasil olahan data SPSS,2020*

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa r2 sebesar 0.730 berarti bahwa variasi yang terjadi sebesar 0.730 dalam kepuasan konsumen dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan. Pengaruh Kualitas Pelayanan 73.0% sedangkan sisanya 27.0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Karena itu bila terjadi penurunan kepuasan konsumen, maka perlu diperhatikan lagi kemungkinan bahwa hal itu disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan

**Tabel 4**

**Hasil Uji Hipotesis**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstand Coeff. | | Stand Coeff | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 3.257 | 1.693 |  | 1.923 | .060 |
| Kualitas Pelayanan | .845 | .074 | .854 | 11.382 | .000 |

*Sumber: hasil olahan data SPSS,2020*

Dari tabel diatas Hasil Uji t kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) menunjukan nilai sig 0,000 dan berdasarkan tabel diatas menunjukan niali thitung 11.382 sedangkan ttabel 2.010 atau nilai thitung > ttabel (11.382 > 2.010), maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT.Matahari Department Store Mega Mall Manado.

**Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualiatas pelayanan PT.Matahari *Department Store* Mega Mall Manado terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini hasil diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan akan di uji menggunakan SPSS. Maka berdasarkan penelitian ini responden yang diperoleh peneliti sebanyak 50 responden.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakuakan, secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT.Matahari *Department Store* Mega Mall Manado. Dilihat dari hasil perhitungan hipotesis secara parsial melalui uji t yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan diketahui mempunyai nilai t hitung lebih besar dari t table. Maka keputusannya Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu diantaranya oleh Nanang Tri Nurgoho (2017), Juwita Elisabet Poluan (2017, Noor Hidaya Intan Permata Sari (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dan berdasarkan hasil pengujian regresi linear sederhana pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R2) dimana variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini, diperkuat oleh teori Menurut Kotler (2013) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Dari penelitian ini dapat dilihat banyak pihak dari PT.Matahri *Department Store* telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga terwujud kepuasan konsumen pada PT.Matahari *Department Store* Mega Mall Manado. Dengan demikian semakin tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan kosumen akan terus meningkat dan dapat mempengaruhi konsumen untuk setia.

Dimasa Pademi Covid 19, PT.Matahari *Depertment Store* Mega Mall Manado harus mempertahankan konsumen dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen agar konsumen tetap setia. Harapan yang konsumen maksud ialah dapat mencoba selagah jenis barang yang ada di PT.Matahari *Department Store* Mega Mall Manado dengan nyaman, agar konsumen yakin dengan barang yang akan konsumen beli, tetapi harus menggunakan protokol kesehatan yang berlaku. Agar supaya konsumen akan terus merasa puas dengan pelayanan yang ada.

Dengan demikian jika PT.Matahari *Department Store* Mega Mall Mando dapat memberikan pelayanan yang sesuai harapan konsumen dimasa Pademi Covid 19, itu dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen maka akan memberikan dampak posistif bagi penjualan secara langsung, karena konsumen secara sukarela akan menjadi alat promosi yang sangat ampuh dan memberikan rekomendasi kepada konsumen lain untuk membeli pada PT.Matahari *Department Store* Mega Mall Manado. Jika ada konsumen yang merasa tidak puas pada pelayanan yang diberikan maka konsumen akan menyebarkan ketidak puasan tersebut, maka dari itu PT.Matahari Department store mega Mall Manado harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan tersebut agar konsumen tetap merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Karena kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan akan berimbas bagi peningkatan keuntungan pada perusahaan tersebut.

**Simpulan**

Kepuasan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap konsumen PT. Matahari *Department Store* Mega Mall Manado. Hal ini berarti bahwa PT. Matahari *Department Store* Mega Mall Manado dirasa mampu memenuhi harapan konsumen dan layananya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Matahari *Department Store* Mega Mall dapat diterima kebenarannya. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. berdasarkan hasil penelitian data yang diperoleh dari hasil uji analisis. Hasil dari Koefisien Determinasi (R2) yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor yang tidak diteliti.

Untuk itu PT. Matahari *Department Store* Mega Mall Manado harus melakukan evaluasi sejauh mana kualitas pelayanan terhadap konsumen apakah sesuai dengan harapan konsumen. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah jumlah sampel agar dapat lebih mencerminkan populasi dalam penelitian. Selain itu peneliti selanjutnya juga diharapkan menambahkan dimensi – dimensi lain agar dapat diketahui secara pasti apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Sebaiknya peneliti selanjutnya juga memperluas daerah pengambilan sampel dikarenakan dengan tujuan semakin banyaknya responden yang didapat maka akan berpengaruh terhadap keakuratan data yang diolah.

**Referensi**

Fandy, Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta. Andi.

Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta.

Juwita Elisahbeth Poluan, tahun 2017 tentang, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado.

Kotler, Philip, Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Jakarta. Erlangga.

Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Cetakan kesepuluh. Bogor. Ghalia Indonesia.

Nanang Tri Nurgoho, tahun 2017 tentang. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Distro Higain Malang.

Noor Hidaya Intan Permata Sari, tahun 2018 tentang, Analisis tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terdap Pelanggan PT.Matahari *Department* *Store* Solo Grand Mall.

Roscoe. (1882*). “Research Methods For Business”,* New York. Mc Graw Hill