

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI CV. GOLDEN MART KOTA GUNUNGSITOLI**

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION IN CV. GOLDEN
MART GUNUNGSITOLI CITY*

Oleh:

**Marianus Gulo¹,
Kurniawan S. Zai²,
Natalia Kristiani Lase³**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Nias

Email:

marputlafgul@gmail.com
kurniawanzai64@gmail.com
natalialase@untas.ac.id

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting bagi tiap-tiap unsur bisnis ataupun usaha untuk mencapai tujuan utamanya yaitu memenuhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan menjadi salah satu penentu dan perhatian utama dari perusahaan untuk menarik perhatian para pelanggan mereka. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 40 orang responden. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel bebas (X) yakni Kualitas Pelayanan dan variabel terikat (Y) yakni Kepuasan Pelanggan. Dari hasil perhitungan koefisien determinan diperoleh persentase sebesar 92,2% variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli.

Kata Kunci: kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction at CV. Golden Mart Gunungsitoli City. Service quality is all forms of activities carried out by the company in order to meet customer expectations. Service quality is very important for every element of a business or business to achieve its main goal, namely to meet customer satisfaction. Therefore, satisfaction is one of the main determinants and concerns of companies to attract the attention of their customers. The population used in this study are customers who shop at CV. Golden Mart Gunungsitoli City and the samples used were 40 respondents. The variables in this study consisted of 2 variables, namely the independent variable (X) namely Service Quality and the dependent variable (Y) namely Customer Satisfaction. From the results of the calculation of the determinant coefficient obtained a percentage of 92.2% of service quality variables have an influence on customer satisfaction variables at CV. Golden Mart Gunungsitoli City.

Keywords: service quality and customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini perkembangan bisnis retail semakin memiliki kompetitif yang berat. Hal ini terbukti dengan banyaknya berdiri unit usaha sejenis yang semakin mengalami peningkatan yang sangat pesat dan terus berinovasi. Didesain berbeda jauh dengan tampilan pasar tradisional untuk dapat menarik perhatian konsumen seperti dengan disusunnnya produk dengan desain rak yang rapi dan menarik, banyaknya jenis produk yang dipajang, sistem pembayaran praktis dengan sistem kasir, dan ruangan berbelanja yang nyaman. Dengan

kondisi yang seperti itu, maka setiap perusahaan harus mampu memanfaatkan peluang pasar yang optimal dengan salah satu cara yaitu memperhatikan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk mendukung perusahaan agar tetap memiliki daya saing yang kuat daripada pesaingnya.

Kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan dapat menentukan berlangsungnya ikatan perusahaan dengan pelanggan dalam jangka panjang. Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Dengan demikian hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi pelanggan bukan dari persepsi perusahaan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat berupa barang ataupun jasa yang diterimanya. Selain daripada kualitas pelayanan yang merupakan faktor penunjang kemajuan suatu usaha, maka kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu faktor kunci bagi pengusaha dalam berbisnis, jika kepuasan pelanggan telah tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, dimana pelanggan akan melakukan pembelian ulang serta hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan bersedia untuk merekomendasikan perusahaan dari mulut kemulut. Oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Sebab jika pelanggan tidak merasa puas, mereka akan meninggalkan perusahaan dan akan menjadi pelanggan pesaing, hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada akhirnya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian bagi perusahaan. Maka dari hal tersebut, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui atribut apa dari suatu produk (barang atau jasa) yang bisa membuat pelanggan tidak puas.

Bisnis retail dengan model minimarket saat ini di kota Gunungsitoli juga sedang mengalami perkembangan yang pesat. Dengan perkembangan tersebut menuntut CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli yang merupakan salah satu minimarket yang terletak di Jl. Diponegoro Desa Sifalaete Tabaloho untuk lebih unggul dalam persaingan yang semakin ketat untuk menarik daya beli masyarakat. Untuk dapat menarik daya beli masyarakat, salah satunya yang perlu dilakukan perusahaan yaitu harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya melalui kualitas pelayanan yang baik. Karena kualitas pelayanan yang baik akan mendapat respon yang baik juga dari konsumen, begitu juga sebaliknya. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan jumlah pelanggan baru dan mempertahankan pembeli tetap. Sehingga pelanggan yang telah merasa puas terhadap produk atau jasa yang telah diterimanya, dapat melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Menurut Tjiptono (2012:174), ada lima dimensi pokok yang menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu: Keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Jika semua dimensi pelayanan yang diharapkan pelanggan tersebut dapat terpenuhi, serta manfaat yang akan diperolehnya lebih tinggi dari pada biaya yang dikeluarkannya maka pelanggan akan merasakan kepuasannya. Namun kelima dimensi tersebut masih belum terlaksana dengan baik, yang menimbulkan keluhan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima kurang memuaskan, baik dari kurangnya keramahan karyawan dalam melayani, baik dalam hal inisiatif karyawan dalam membantu pelanggan, kecepatan penanganan keluhan yang kurang efektif sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dari yang diharapkan pelanggan. Ketidakpuasan ini dapat berdampak negatif terhadap citra perusahaan yang sudah dibentuk dengan baik, sehingga membuat perusahaan mengalami kerugian. Ketidakpuasan tersebut dapat dilihat ketika pelanggan tidak berbelanja lagi dan beralih ke perusahaan lain.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jika semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka akan tercipta nilai kepuasan konsumen yang maksimal dan akan mempengaruhi pada minat beli ulang konsumen, hal tersebut diperkuat dengan jurnal hasil penelitian yang telah dilakukan Armansyah dan Muhammad Nor Jailani (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat” yang mengemukakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Ramayana Lestari Sentosa Ciputat dengan hasil pengujian determinasi pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 43.50% dan sisanya 56.5%.

Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Bandung” dimana mengemukakan bahwa berdasarkan hasil uji F diketahui kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di CV. Golden Mart .
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012:157), mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Mengacu pada definisi tersebut, Tjiptono menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan pelanggan. Harapan pelanggan dapat bervariasi dari pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas pelayanan mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau pelanggan mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik. Menurut Kasmir (2017:47), kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan organisasi atau perorangan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Kloter (2012:83), definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan suatu perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta mengakibatkan pembelian ulang yang lebih sering, sedangkan Tjiptono dan Chandra (2012:74), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kehandalan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan yang baik untuk kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Supranto (2011:233) menyatakan bahwa “kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya”. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas (Tjiptono dan Chandra, 2011:292).

Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2016:153), adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil ekspektasi. Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Ali Hasan, 2014:150).

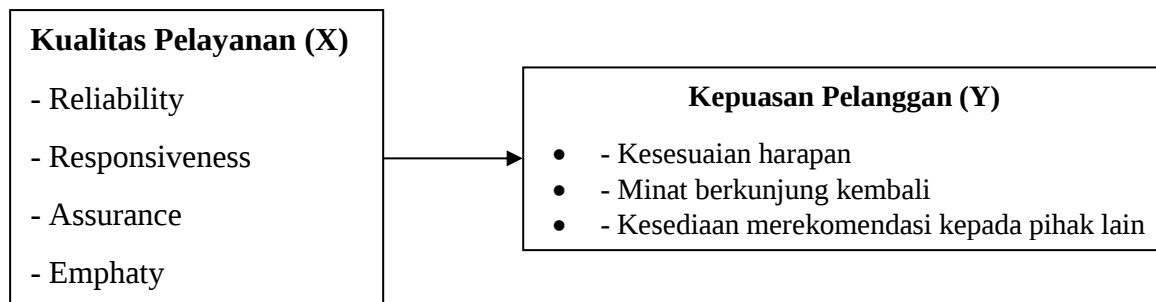
Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan dan efisiensi serta produktivitas karyawan. Disamping itu, kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan.

Memberi kepuasan terhadap kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, hal ini juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini mengartikan bahwa kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan kepuasan merupakan hasil yang diterima oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan akan merasa puas jika harapan mereka terpenuhi dan merasa amat senang kalau harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak dari biasanya, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan.

Model Penelitian

Model pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1.1 Model Penelitian

Sumber: Penulis 2021

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian dengan metode deskriptif menurut Sugiyono (2013:29), adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan metode deskriptif.

Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah CV. Golden Mart Jln. Diponegoro Kel. Sifalaete Tabaloho kota Gunungsitoli.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarweni, 2014:65). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan CV. Golden Mart. Berdasarkan informasi yang diterima jumlah pelanggan yang berbelanja dalam satu hari yaitu kurang lebih 200 orang.

Menurut Sugiyono (2011:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Arikunto (2012:104), jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan pengertian tersebut maka penulis mengambil sampel: $20\% \times 200 = 40$ orang.

Dari hasil perhitungan tersebut yang menjadi sampel pada penelitian ini sebanyak 40 orang pelanggan yang akan melakukan pembelian selama bulan Agustus 2021 di CV. Golden Mart.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *sampling aksidental* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Teknik Pengumpulan Data

- Observasi adalah metode pengumpulan data secara langsung melalui pengamatan dilapangan. Peneliti melakukan observasi di CV. Golden Mart yang terlaetak di Jl. Diponegoro Sesa Sifalaete Tabaloho Kota Gunungsitoli.
- Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini kuesioner tertutup, yang dimana pilihan jawaban telah disediakan.
- Studi Pustaka merupakan penelitian yang mempunyai sifat kepustakaan dengan mempelajari sebagian dari teori-teori sebagai dasar teoritis.

Teknik Analisa Data

Analisa data penelitian ini meupakan suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden dikumpulkan. Penulis melakukan pengolahan data melalui teknik statistika dengan pendekatan metode penelitian secara kuantitatif yang menggunakan angka-angka dan rumus. Teknik analisa data terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut.

Verifikasi Data

Verifikasi data dalam penelitian dilakukan apabila kuesioner yang telah disebarakan kepada seluruh responden telah diisi dengan lengkap dan utuh yang kemudian dikumpulkan untuk diolah.

Pengolahan Kuesioner

Pada pengolahan kuesioner merupakan suatu cara yang dilakukan peneliti untuk mengetahui jawaban atau skor nilai yang dibagikan kepada setiap responden. Adapun option jawaban responden yang ditetapkan oleh peneliti dengan nilainya yang terdiri dari 5 (lima) pilihan jawaban, yaitu:

- | | |
|------------------------------|--------|
| a. Sangat Setuju (SS) | Skor 5 |
| b. Setuju (S) | Skor 4 |
| c. Kurang Setuju (KS) | Skor 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | Skor 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | Skor 1 |

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No. Item Pertanyaan	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Sig	Ket
1	0,938	0,312	0,000	Valid
2	0,657	0,312	0,000	Valid
3	0,854	0,312	0,017	Valid
4	0,374	0,312	0,000	Valid
5	0,869	0,312	0,000	Valid
6	0,328	0,312	0,039	Valid
7	0,366	0,312	0,020	Valid
8	0,365	0,312	0,021	Valid
9	0,366	0,312	0,020	Valid
10	0,917	0,312	0,000	Valid

Sumber: data dolah SPSS 25

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,312 maka seluruh butir instrumen variabel kepuasan pelangga dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. Kriteria yang digunakan yaitu teknik *cronbach alpha* > 0,60. Sehingga apabila diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat dinyatakan reliabel.

Uji reliabilitas dari kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Pelayanan (X)	,866	10
Kepuasan Pelanggan (Y)	,848	10

Sumber: data diolah SPSS 25

Dari tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki Cronbach Alpha > 0,60. Dengan demikian, variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dapat dikatakan reliabel dan instrument yang diajukan dalam penelitian ini layak dijadikan alat pengumpulan data.

Pengujian Hipotesis

Koefisien Determinan

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi Output SPSS

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,960 ^a	,922	,920	1,242
Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN				

Sumber: data diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan yang terdapat pada tabel 4.11 ialah nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,922 atau 92,2%. Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) sebesar 0,922 atau 92,2%.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Berdasarkan uji regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Output SPSS

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	,872	1,713		,509
	KUALITAS PELAYANAN	,931	,044	,960	21,221

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: data diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan hasil perhitungan dari uji regresi linear sederhana menunjukkan koefisien regresi variabel independen diperoleh sebesar 0,931. Dengan nilai konstanta dari regresi linear tersebut sebesar 0,872 , maka hubungan variabel independen dengan variabel dependen dalam model regresi dapat dirumuskan sebagai berikut: $Y = 0,872 + 0,931X$, artinya apabila terjadi perubahan sebesar satu unit variabel kualitas pelayanan, maka variabel kepuasan pelanggan akan bertambah 0,931. Hasil analisis menggunakan bantuan program SPSS yaitu, hasil uji pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan,

menunjukkan nilai $t_{hitung} 21,221 > t_{tabel} 2,021$ dan p value (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. Hasil penelitian ini tidak dapat menolak hipotesis H_a yang menyatakan “Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli”.

Nilai beta dalam unstandardized coefficients variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka sebesar 0,960 yang artinya adalah besaran koefisien kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 96%.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Output SPSS

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	T
1	(Constant)	,872	1,713		,509
	KUALITAS PELAYANAN	,931	,044	,960	21,221

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: data diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan dari uji regresi linear sederhana menunjukkan koefisien regresi variabel independen diperoleh sebesar 0,931. Dengan nilai konstanta dari regresi linear tersebut sebesar 0,872, maka hubungan variabel independen dengan variabel dependen dalam model regresi dapat dirumuskan sebagai berikut: $Y = 0,872 + 0,931X$, artinya apabila terjadi perubahan sebesar satu unit variabel kualitas pelayanan, maka variabel kepuasan pelanggan akan bertambah 0,931. Hasil analisis menggunakan bantuan program SPSS yaitu, hasil uji pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan nilai $t_{hitung} 21,221 > t_{tabel} 2,021$ dan p value (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. Hasil penelitian ini tidak dapat menolak hipotesis H_a yang menyatakan “Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli”.

Nilai beta dalam unstandardized coefficients variabel kualitas pelayanan menunjukkan angka sebesar 0,960 yang artinya adalah besaran koefisien kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 96%.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan SPSS 25, mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Untuk responden dengan jenis kelamin laki-laki persentasenya sebesar 42,5% atau sebanyak 17 responden, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan menunjukkan persentase sebesar 57,5% atau sebanyak 23 responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas perempuan yang menjadi pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli.

Berdasarkan persamaan regresi $Y = 0,872 + 0,931X$, dimana koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. Dilihat dari uji t (Parsial), terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $(21,221 > 2,024)$ dan nilai t-hitung lebih kecil dari t-sig dengan tingkat signifikan lebih kecil dari 5% ($\alpha = 0,05$). Sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_a diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. Berdasarkan dari hasil Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar (0,922), hasil ini menunjukkan bahwa 92,2% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Berdasarkan distribusi jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan, mayoritas responden menjawab setuju sebesar 32,5% pada pernyataan yang paling berpengaruh adalah pernyataan nomor 2 yaitu karyawan CV. Golden Mart selalu tepat dalam melakukan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi keandalan yang paling dominan dalam variabel kualitas pelayanan pada CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli. Dilihat dari distribusi jawaban responden mengenai variabel kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa mayoritas responden yang menjawab setuju sebesar 36% pada pertanyaan yang paling berpengaruh adalah pertanyaan nomor 1 yaitu saya merasa puas dengan pelayanan yang saya terima dari karyawan CV. Golden Mart karena sesuai

dengan harapan . Hal ini membuktikan bahwa pelanggan yang membeli di CV. Golden Mart merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan sehingga hal ini membuat pelanggan merasa senang dan mendapat kepuasan tersendiri. Oleh karena itu sangat penting bagi CV. Golden Mart untuk mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Hal ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang didefinisikan oleh Supranto bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya, maka dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel X dan variabel Y yang disebarkan kepada 40 orang responden telah lulus uji validitas dan uji reliabilitas karena memperoleh hasil perhitungan $r_{xy} > r_{tabel}$ dapat diterima pada tingkat kepercayaan 95% dimana $r_{tabel} = 0,312$.
2. Dari hasil perhitungan koefisien determinan diperoleh persentase sebesar 92,2% variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli.
3. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, persamaan regresi linear yang dihasilkan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dirumuskan: $Y = 0,872 + 0,931X$, maka dapat dikatakan ada hubungan linear positif antara variabel X dengan variabel Y.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} = 21,221$ dan $t_{tabel} = 2,024$, sehingga hipotesis "Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli" diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka ada beberapa saran sebagai berikut:

1. Agar CV. Golden Mart Kota Gunungsitoli tetap mempertahankan atau meningkatkan variabel kualitas pelayanan yang dimiliki, sehingga kedepan perkembangannya dapat bertahan secara jangka panjang dan tidak mudah dikalahkan oleh perusahaan pesaing.
2. Pihak CV. Golden Mart sebaiknya secara berkala melakukan penelitian dengan cara survei misalnya dengan kuesioner-kuesioner, wawancara langsung yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan, atau dengan menyediakan kotak saran sehingga dapat mengetahui kelebihan atau kekurangannya guna untuk perbaikan dalam melaksanakan pelayanan yang lebih baik lagi.
3. Disarankan kepada peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian lanjutan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam ruang lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cipta: Jakarta
- Armansyah, A. & Jailani, M. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Ramayana Lestari Sentosa Ciputat. *Jurnal Disrupsi Bisnis: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*,3(2), 25-35. HIPERLINK <https://scholar.google.com>
- H. Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitrawacanamedia: Jakarta
- Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Handayani, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada 212 Mart Sudirman Palembang (*Doctoral Dissertation, Uin Raden Fatah Palembang*). Hiperlink <https://scholar.google.com>
- Imam, Ghazali. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- J. Supranto M.A. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta: Jakarta
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada: Depok
- Kotler, P and Armstrong, G. 2014. *Principle of Marketing, 15th Edition, Pearson Pretice Hall, New Jersey*. Alih Bahasa: Bob Sobran, Erlangga: Jakarta
- Kotler, P and Keller, K. 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.* Alih Bahasa: Bob Sobran, Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Prehallindo: Jakarta
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Handani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Salemba Empat: Jakarta
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta: Bandung
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289. HIPERLINK <https://scholar.google.com>
- Sugiyono. 2013. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru: Yogyakarta
- Suliyanto. 2011. *Ekonomitruka Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Andi: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality and Satisfaction*. Andy: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Andy: Yogyakarta
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andy: Yogyakarta
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Andy: Yogyakarta
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Persada: Jakarta