
**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grace
Mart Tombatu**

Yulianti Damongilala
Joula J. Rogahang
Anneke Y. Punuindong

*Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Samratulangi
Email: yuliantidamongilala06@gmail.com*

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Grace Mart Tombatu. This study uses quantitative methods with simple linear regression analysis techniques. The sample in this study amounted to 97 respondents. Data analysis was conducted through validity test, reliability test, simple correlation coefficient Test, simple linear regression coefficient determination test, and t test were used in this study. Through the results of data analysis conducted by researchers found that the quality of Service effect of 58.1% of consumer satisfaction. With this it can be seen that the quality of Service is an important factor in ensuring customer satisfaction, so obtained in this study is there is a significant influence on the quality of service to customer satisfaction at the Grace Mart Tombatu store.*

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Grace Mart Tombatu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi sederhana, regresi linier sederhana uji koefisien determinasi, dan uji t digunakan dalam penelitian ini. Melalui hasil analisis data yang dilakukan peneliti didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 58,1% terhadap kepuasan konsumen. Dengan ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menjamin kepuasan konsumen, sehingga didapat dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grace Mart Tombatu.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Kualitas pelayanan di setiap bisnis ritel merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Sekarang ini tempat ritel banyak

menawarkan berbagai kemudahan dalam berbelanja mulai dari diskon pembelian produk, pelayanan yang diberikan, jenis pembayaran, dan fasilitas lainnya dalam

rangka menciptakan rasa puas terhadap konsumen dalam berbelanja. Maka dari itu untuk menciptakan kepuasan konsumen, perlu memperhatikan setiap kualitas dari barang atau produk yang dijual dan pelayanan sehingga dapat memperoleh satu set item yang akurat untuk mengukur dan membangun bisnis ritel yang berkualitas.

Dengan adanya beberapa minimarket yang lokasinya berdekatan, maka dengan sendirinya akan memiliki persaingan yang ketat untuk memperebutkan pengunjung dan pembeli. Selain itu juga persaingan datang dari beberapa toko- toko dan pedagang di pasar tradisional yang tersebar di wilayah yang sama. Toko Grace mart merupakan salah satu retail yang terkenal di antara beberapa retail yang ada di tombatu. Dalam gerak operasionalnya sehari- hari, toko grace mart sebagai tempat perbelanjaan yang menyediakan berbagai jenis produk barang seperti makanan, minuman, perlengkapan mandi, produk kecantikan dan lain sebagainya dengan harga yang bervariasi. Alasan peneliti memilih objek ini adalah karena toko ini termasuk dalam kategori pasar modern dimana konsumen dapat mengambil sendiri barang-barang yang mereka butuhkan dan beli, namun tidak semua jenis barang bisa diambil

sendiri oleh konsumen sehingga konsumen perlu meminta bantuan kepada karyawan. Harga produk barang di toko ini juga relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2014) Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Pelanggan adalah prioritas utama yang perlu diperhatikan saat menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada level kesesuaian yang semakin tinggi antara kualitas pelayanan dan harapan yang diberikan perusahaan, disitulah terdapat nilai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul:” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grace Mart Tombatu”.

Rumusan Masalah, Berdasarkan uraian latar belakang penelitian ini maka rumusan masalahnya adalah; Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tujuan Penelitian, Dengan adanya rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tjiptono (2012:115) mendefinisikan “Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Secara umum, kualitas berarti wujud, bentuk, atau kenyataan yang didapat dari suatu konsep yang diinginkan. Maka kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai perwujudan yang diberikan. Perwujudan berarti membutuhkan fitur dan keadaan spesifik yang harus dipenuhi guna memuaskan kebutuhan pelanggan. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler (2000), bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang memperlihatkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang terlihat

jelas maupun yang tersembunyi. Lewis and Booms dalam Tjiptono (2008) mendefinisikan Kualitas layanan secara sederhana dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014), terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang dapat digunakan konsumen dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu meliputi :

a. Bukti fisik (*tangibility*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya dalam pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti fisik nyata pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua

konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan akurasi yang tinggi.

c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas, membiarkan konsumen menunggu persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.

d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibilitas*), keamanan (*security*), kompetensi (*competensi*), dan sopan santun (*courtesy*).

e. Empati (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memenuhi kebutuhan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu peroperasian yang nyaman.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama yang berperan penting dalam kesuksesan serta keberhasilan suatu perusahaan bisnis. Apabila perusahaan dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Oleh sebab itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus teliti dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah.

Tjiptono (2014:353), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Menurut Zeithaml & Bitner dalam Saidani (2012) menyatakan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa.

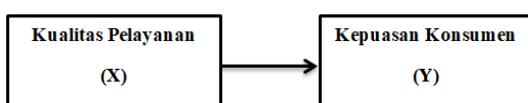
Menurut Kotler dan Armstrong (2012:9) Kepuasan konsumen merupakan sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka akan dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, karena pelanggan yang

puas akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa perusahaan. Sedangkan Lovelock dan Wright (2007) menyatakan bahwa kepuasan adalah reaksi seseorang setelah membeli sebuah produk atau kondisi emosional yang ditunjukkan berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan.

Indikator - indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014) sebagai berikut:

- a. Kesesuaian harapan
Yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen
- b. Minat berkunjung kembali
Yaitu kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa atau produk terkait
- c. Kesiediaan merekomendasi
Yaitu kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa/produk yang telah diterima kepada keluarga atau teman.

Kerangka Berpikir



Hipotesis

H: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Grace Mart

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Grace Mart Tombatu. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Kemudian data penelitiin diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kepada 97 responden melalui google form dengan menggunakan skala likert. setelah itu data yang dikumpulkan di analisis dengan uji Validitas, uji Reliabilitas, kemudian setelah data kuesioner valid dan reliabel dilanjutkan dengan Koefisien korelasi, Regresi linier sederhana, Uji koefisien determinasi dan Uji t pengujian tersebut dilakukan melalui bantuan aplikasi SPSS.

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Kuisisioner dalam penelitian ini dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 0,05.

$$R_{tabel} = n - 2 = 97 - 2 = 95 = 0,1996$$

1. Uji Validitas Variabel X

Nilai Rhitung 0,609 (X.1), 0,615 (X.2), 0,661 (X.3), 0,444 (X.4), 0,567 (X.5), 0,514 (X.6), 0,627 (X.7), 0,513 (X.8), 0,480 (X.9), 0,574 (X.10), 0,330 (X.11), 0,486 (X.12), 0,551 (X.13) 0,588 (X.14) dan 0,509 (X.15). sehingga didapatkan hasil bahwa seluruh nilai *Rhitung* > *Rtabel* dan menunjukkan bahwa item kuisiomer dalam penelitian ini valid..

2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Nilai Rhitung 0,753 (Y.1), 0,731 (Y.2), 0,721 (Y.3), 0,725 (Y.4), 0,539 (Y.5) dan 0,361 (Y.6). sehingga didapatkan hasil bahwa seluruh nilai *Rhitung*>*Rtabel* dan menunjukkan bahwa item kuisiomer dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, kuisiomer kemudian akan dikatakan reliabel jika $\text{Alpha} > 0,60$ dan sebaliknya dikatakan tidak reliabel jika $\text{Alpha} < 0,60$.

Variabel	Cronback Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,821	Reliable
Kepuasan Konsumen	0,696	Reliable

Dapat dilihat pada tabel diatas menunjukan nilai *cronbrach alpha* untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,821 dan untuk variabel kepuasan konsumen 0,696 Dari hasil tersebut instrument

penelitian variabel menunjukan nilai *rhitung* lebih besar dari nilai *rtabel* 0,199 sehingga instrument penelitian variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel.

Koefesien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,531 ^a	0,581	0,274	2,189

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Olah Data Dengan SPSS, 2023

Diketahui nilai pearson correlation variabel kualitas pelayanan (X) adalah 0,531, nilai ini menunjukkan hasil bahwa hubungan korelasi seluruh variable independen dan varibel dependen dalam penelitian ini berada kategori tingkat yang sedang.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (Kualitas pelayanan) dan variabel terikat (Kepuasan konsumen).

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8,821	2,345		3,761	0,000
Kualitas Pelayanan	0,239	0,039	0,531	6,100	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Olah Data Dengan SPSS, 2023

$$8,821 + 0,239x$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai koefisien $\alpha = 8,821$ sedangkan nilai koefisien $\beta = 0,239$. Dari persamaan ini dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 8,821 dimana mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan pelanggan adalah 8,821. Kemudian koefisien regresi X sebesar 0,239 artinya kualitas pelayanan dari toko grace mart terhadap pelanggan ini baik atau terjadi penambahan pada variabel kualitas pelayanan maka kepuasan pada pelanggan Toko Grace Mart Tombatu akan meningkat sebesar 0,215. sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif..

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,531 ^a	0,581	0,274	2,189

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel di atas, nilai R Square adalah 0,581 sehingga didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 58,1% terhadap kepuasan konsumen dan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	8,821	2,345		3,761	0,000
Kualitas Pelayanan	0,239	0,039	0,531	6,100	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: Olah Data Dengan SPSS, 2023

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel hasil uji t kualitas pelayanan X terhadap kepuasan konsumen Y menunjukkan nilai sig 0,00 dan *thitung* 6,100 sedangkan *ttabel* 1,98552 atau nilai *thitung* lebih besar dari *ttabel*, maka dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grace Mart Tombatu.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil uji regresi sederhana menyatakan bahwa nilai konstanta yang didapat mengandung arti

bahwa nilai variabel kepuasan pelanggan adalah konsisten. Kemudian koefisien korelasi menyatakan bahwa nilai yang didapat adalah positif 0,531 yang berarti variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen memiliki hubungan atau berkorelasi. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi memperoleh nilai sebesar 0,581 atau 58,1% yang menyatakan terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen sedangkan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berikut berdasarkan hasil analisis menunjukkan hasil uji parsial memperoleh nilai signifikansi 0,00 artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka akan timbul kepuasan konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grace Mart Tombatu

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Velnawaty K.L. Ohy (2017) berjudul: “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Jumbo Swalayan Manado*” menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada PT Jumbo Swalayan Manado dan penelitian yang dilakukan oleh Rivia

Natalia Piay (2021) berjudul: “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center*”, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Manado Icon Convention Center.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan, peneliti kemudian menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang berpengaruh positif sebesar 58,1% terhadap kepuasan konsumen pada Toko Grace Mart Tombatu sangat membantu kepuasan konsumen dan dapat meningkatkan minat beli ulang serta penjualan pada Toko Grace Mart Tombatu.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Kotler dan Amstrong, G 2012. *Principles Of Marketing*. 14th Edition Pearson International Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Maramis, F.S., Sepang, J. L., dan Soegoto, A.S. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan*

- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA*, 6(3).
- Ohy, V. K.L., Kalangi, J. A.F., dan Rogahang, J. J. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Jumbo Swalayan Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis* 5, (2)
- Piay, R. N., Tamengkel, L. F., dan Manoppo, W. S. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Manado Icon Convention Center. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(5).
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D Bandung : Alfabeta.
- Hasibuan, Malayu. S.P. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Ketujuhbelas, PT. Jakarta: Bumi Aksara.