

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson Di Toko Depo Makmur Sorong

Mahyudin Tuasikal

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Victory Sorong

Dukayom Latuamuri

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Victory Sorong

Sarah Makdalena Yable

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Victory Sorong

***Abstract.** In the era of globalization, today's business competition is getting tougher, which requires business actors to be able to survive and compete with other business competitors, either similar businesses or other businesses that are rife in today's global market. One of the efforts that can be made by business actors is by improving product quality and service quality in their business. Because service quality is an important factor in increasing competitiveness in business.*

***Keywords:** Globalization, Business, Competitiveness*

Abstrak. Pada era globalisasi, persaingan bisnis saat ini semakin ketat, yang mana menuntut pelaku usaha untuk mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing bisnis usaha lain baik bisnis yang serupa atau bisnis lainnya yang marak di pasar global saat ini. Upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha salah satunya yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk serta kualitas pelayanan dalam usahanya. Karena kualitas pelayanan merupakan salah satu factor penting dalam meningkatkan daya saing dalam bisnis.

Kata kunci: Globalisasi, Bisnis, Daya Saing

LATAR BELAKANG

Oleh karena tingkat kepuasan pelanggan itu berbeda-beda dan dapat berubah sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Pelanggan akan membandingkan kualitas layanan yang diterimanya di tempat satu dengan tempat lainnya. Jika dia merasa puas dengan layanan yang diberikan, maka tidak menutup kemungkinan dia akan kembali lagi untuk melakukan transaksi. Jika pelanggan tersebut tidak puas, dia akan beralih ke tempat lain yang memberikan dia kepuasan serta kenyamanan.

Identifikasi Masalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson di Toko Depo Makmur Sorong.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson di Toko Depo Makmur Sorong.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada bagian Kunci Pintu Merek Dekkson di Toko Depo Makmur Sorong?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bagian Kunci Pintu Merek Dekkson di Toko Depo Makmur Sorong?

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.

Layanan Prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (quality nice). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (199, terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- **Kehandalan (Reliability)**, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

- Daya Tanggap (Responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- Jaminan (Assurance), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan .
- Empati (Empathy), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- Bukti Fisik (Tangibles), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau satisfaction dari bahasa latin "satis" (artinya cukup baik) dan "facto" (melakukan atau membuat), dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu atau sesuatu yang memadai. Sedangkan, secara istilah Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan salah satu topik penelitian yang sangat populer dalam paruh kedua dekade 1980an hingga paruh waktu pertama dekade 1990an. Selama periode itu banyak pula berkembang jasa

konsultasi dalam hal penelitian dan pengukuran kepuasan pelanggan. Sifat kepuasan sangat bersifat subjektif, sehingga sulit sekali untuk mengukurnya. Namun, walaupun demikian, tentu saja kita harus tetap berupaya memberikan perhatian kepada pelanggan dengan segala daya.

Berikut beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan (Kotler 2000:38):

1. Complaint and suggestion system (Sistem keluhan dan Saran). Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganan. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.
2. Customer Satisfaction Survey (Survey Kepuasan Pelanggan), dalam hal perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan. Survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.
3. Ghost Shopping (Pembeli Bayangan), dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dari informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.
4. Lost Customer Analysis (Analisa Pelanggan yang lari), langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari

kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.

Berikut ada 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Jasa

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.

2. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.

3. Harga

Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

4. Faktor Situasional

Faktor Situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada di luar kendali penyedia jasa.

5. Faktor Personal/emotional

6. Faktor Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yaitu mengenai apa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang diinginkan. Jika pelayanan yang diberikan di bawah harapan, maka hasilnya mereka

tidak puas dan apabila pelayanan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Adapun indikatornya yaitu:

- Penampilan,
- Minat untuk menggunakan produk
- Merekomendasikan untuk menggunakan produk
- Keyakinan.

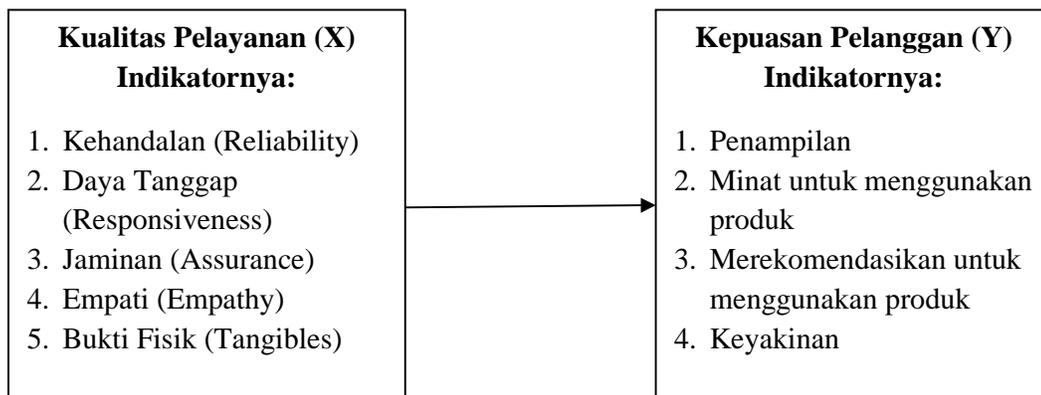
B. Kerangka Berpikir

Kualitas pelayanan mempunyai lima indikator yaitu :

- Keandalan (Reliability),
- Daya Tanggap (Responsiveness),
- Jaminan (Assurance),
- Empati (Empathy),
- Bukti Fisik (Tangibles) yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson (Studi pada Toko Depo Makmur Kota Sorong).

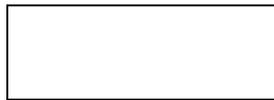
Ketika kualitas pelayanan baik maka pelanggan akan puas, tetapi sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan tidak akan puas. Dari penjelasan diatas maka dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson (Studi pada Toko Depo Makmur Kota Sorong).



Dari gambar di atas menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Adapun keterangan kerangka berpikir pada gambar di atas adalah sebagai berikut:

—————→ = Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan



= Variable Penelitian

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentative (belum pasti atau masih dapat berubah) tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan sebelumnya, maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah:

Ho : kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson (Studi pada Toko Depo Makmur Kota Sorong).

Ha : kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson (Studi pada Toko Depo Makmur Kota Sorong).

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “Metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan “Logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan “Penelitian” adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan

menganalisis sampai menyusun laporannya. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson (Studi pada Toko Depo Makmur Kota Sorong).

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang berusaha memberikan pembuktian kebenaran fakta di lapangan dan dinilai secara ilmiah berdasarkan kerangka teoritis yang berkenaan dengan permasalahan yang diangkat dengan menggunakan angka dan hitungan.

2. Waktu, Lokasi dan Sample penelitian

A. Waktu Penelitian

Untuk penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson (Studi pada Toko Depo Makmur Kota Sorong). Waktu penelitian bulan April 2023 sampai Selesai. Peneliti memilih melakukan penelitian di Toko Depo Makmur Sorong.

B. Lokasi Penelitian

Untuk penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bagian Kunci Pintu Merek Dekkson (Studi pada Toko Depo Makmur Kota Sorong). Populasinya adalah pelanggan di Toko Depo Makmur Sorong, maka lokasi penelitian berada di Jl. Basuki Rahmat KM.12, Kota Sorong.

C. Sample Penelitian

Untuk sample penelitian tertuju pada karyawan pada bagian Kunci Pintu Merek Dekkson serta pelanggan Toko Depo Makmur Sorong.

Jumlah karyawan pada Toko Depo Makmur Sorong sebanyak 74, diantaranya:

- Kepala Toko : 1 orang
- Wakil Kepala Toko : 1 orang

- HRD : 1 orang
- Admin : 4 orang
- Kasir : 4 orang
- Bag. Keramik : 9 orang
- Bag. Cat : 12 orang
- Bag. Bahan Bangunan : 3 orang
- Bag. Pengantaran : 10 orang
- Bag. Sanitari : 10 orang
- Bag. Alat pertukangan dan Listrik : 8 orang
- Bag. Kunci Pintu : 11 orang

Untuk bagian Kunci Pintu merek Dekkson sendiri terdapat 2 (dua) karyawan.

I. Karakteristik Responden

1. Jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
1	Laki-Laki	25	56,8%
2	Perempuan	19	43,2%
Jumlah		44	100%

Berdasarkan hasil rekapitan kuesioner dapat dilihat bahwa sebanyak 44 adalah laki-laki sebanyak 25 dan perempuan 19 Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki berdasarkan penelitian

2. Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persen
1	17 – 22 tahun		
2	23 – 28 tahun		
3	29 – 34 tahun		
4	>35 tahun		
Jumlah			

Dalam penelitian ini, usia responden dikelompokkan menjadi 5 bagian. Berdasarkan pengelompokan tersebut, ternyata pada usia 36-45 tahun sebanyak 20 orang atau 48,78 persen yang mendominasi, selanjutnya pada urutan ke dua yaitu pada usia 26-35 tahun sebanyak 11 orang atau 26,83 persen, selanjutnya pada urutan berikut di umur

46-55 tahun dengan lebih dari 55 tahun sama pada masing-masing 5 orang dengan persenan 12.19 persen

3. Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persen
1	SMA/Sederajat	18	40,8%
2	S1	12	27,3%
3	S2	5	11,4%
4	Lainnya	9	20,5%
Jumlah		44	100%

Hasil rekap data berdasarkan pendidikan yang dikelompokkan menjadi 4 jenjang pendidikan pegawai pada PT. Pertamina EP Klamono Oil yaitu pendidikan yang mendominasi adalah SMA sebanyak 18 orang atau 40,8 persen dan selanjutnya Pendidikan S1 sebanyak 12 orang atau 27,3 persen, pendidikan S2 hanya 5 orang atau 11,4 Persen, dan Pendidikan lainnya sebanyak 9 orang atau 20,5 persen

4. Lama Bekerja

No.	Lama Bekerja	Frekuensi	Persen
1	≤ 1 Tahun	11	25%
2	1-5 Tahun	17	38,6%
3	5 -10 Tahun	7	15,9%
4	>10 tahun	9	20,5%
Jumlah		44	100%

Dalam penelitian ini, lama bekerja dikelompokkan menjadi 4 bagian. Berdasarkan pengelompokan tersebut mendapat hasil yaitu bahwa lama bekerja karyawan yang paling mendominasi selama lebih dari 1 – 5 tahun sebanyak 38,6 persen, selanjutnya pada urutan berikutnya selama <1 tahun sebanyak 11 orang atau 25 persen, di urutan berikut lama bekerja <10 tahun ada 9 orang atau 20,5 persen dan yang terakhir 5 – 10 tahun ada 7 orang atau 15,9 persen.

Uji Validitas Variabel

Kualitas pelayanan (X)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,731	0,297	Valid
Item 2	0,788	0,297	Valid
Item 3	0,676	0,297	Valid
Item 4	0,677	0,297	Valid
Item 5	0,604	0,297	Valid
Item 6	0,710	0,297	Valid
Item 7	0,711	0,297	Valid
Item 8	0,749	0,297	Valid

Dari table di atas dijelaskan bahwa r hitung > r tabel berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya bahwa item di sebut *Valid*

Kepuasan pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,748	0,297	Valid
Item 2	0,702	0,297	Valid
Item 3	0,723	0,297	Valid
Item 4	0,546	0,297	Valid
Item 5	0,772	0,297	Valid
Item 6	0,834	0,297	Valid
Item 7	0,778	0,297	Valid
Item 8	0,773	0,297	Valid
Item 9	0,702	0,297	Valid

Dari table di atas dijelaskan bahwa r hitung > r tabel berdasarkan uji signifikan 0,05 artinya bahwa item di sebut *Valid*

Uji Relibilitas

Kualitas pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	8

Dari tabel di atas dapat di jelaskan bahwa nilai cronbach`s alpha > dari 0,60 artinya bahwa item tersebut di nyatakan *Realibel*

Kepuasan pelanggan (Y)

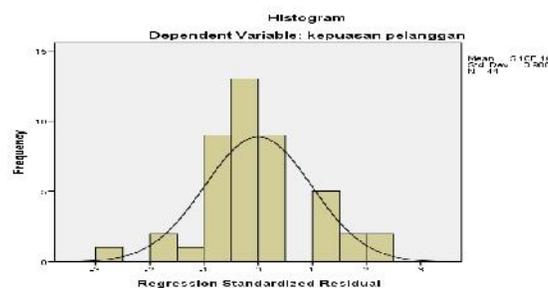
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	9

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai cronbach`s alpha > dari 0,60 artinya bahwa item tersebut dinyatakan *Realibel*

Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas Data

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Suatu model regresi yang baik, adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (histogram dan P-Plot), hasilnya sebagai berikut



Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian pengaruh variabel independen (simpanan masyarakat syariah, simpanan pendidikan istiqomah, dan simpanan berjangka) terhadap variabel dependen (pendapatan operasional) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Hasil Uji Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.725	2.823	
	Kualitas pelayanan	1.127	.084	.900

Berdasarkan hasil pengujian parameter individual yang disajikan dalam gambar di atas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi:

$$Y = 0,725 + 1,127 X + e$$

Nilai constant adalah 0,725 artinya jika variabel X (kualitas pelayanan) tetap, maka nilai variabel Y (kepuasan pelanggan) tetap sebesar 0,725

Koefisien regresi X sebesar 1,127 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan pelanggan bertambah sebesar 1,127. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Uji T

Menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent (Ghozali, 2016:97). Berdasarkan hasil uji t seperti disajikan pada tabel di bawah, ternyata hasilnya adalah sebagai berikut:

Variabel X (Kualitas pelayanan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Hal ini karena nilai signifikansi $< 0,05$ atau nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa menerima H_0 Menolak H_a

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

H_a : Terdapat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

t	Sig.
.257	.798
13.392	.000

- **Analisis Koefisien Determinasi (R²)**

Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent (Ghozali, 2016:95). Berdasarkan uji di bawah dapat diketahui bahwa nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,810. Nilai 0,810 tersebut dapat diartikan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 81%, sisanya sebesar 19% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti Disiplin Kerja, Kompensasi, harga, dll.

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.900 ^a	.810	.806

DAFTAR PUSTAKA

- A.Irwana 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar
- Fahtira V. Noor 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Bengkulu