

EFFECT OF QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION ON GALAXY MART MANADO

Fanda Olivia Beatrice Sege
Tinneke M. Tumbel
Olivia F.C. Walangitan

Abstract

Retail business spread across the country is experiencing rapid development. This development is due to retail customers who prefer to buy different items in one place. Of the many marketing activities, supermarkets, mini markets and department stores compete to offer a variety of shopping facilities ranging from services provided, discounts, payment options, and other facilities to create a sense of satisfaction for customers in shopping. The main problem in this research is "What Quality of Service Affects Galaxy Mart Customer Satisfaction?". This study aims to determine whether the quality of service Galaxy Mart influence on customer satisfaction. Talking about quality and customer satisfaction is certainly closely related to marketing. The essence of marketing is to identify and meet the needs and desires of consumers according to Kotler dan Keller (2016:27) "marketing is meeting needs profitability". Similar to retail, it can be understood as all activities involved in the sale of goods or services directly to the end consumer for personal use rather than business use. This research type is quantitative research with technique of data analysis by using interval scale research instrument, validity and reliability test, simple linear regression equation and hypothesis test. Based on the results of research the influence of Quality Celebration is a variable that does not affect consumer satisfaction Galaxy Mart Supermarket. Based on the results of research hypothesis testing research states that the hypothesis is rejected because the influence of service quality has no effect on customer satisfaction. Then it can be concluded that Service Quality does not significantly influence Customer Satisfaction that if performance is below expectations, customer is not satisfied. If its performance meets the expectations of satisfied customers. If performance exceeds expectations, customers are very satisfied or happy. In this case the company should further improve the Quality of Service to Customer Satisfaction, because customer satisfaction is very impactful for the company.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dengan adanya beberapa perusahaan retail besar seperti giant, transmart, hypermart, multimart dan lain-lain yang lokasinya berada dalam satu wilayah, maka dengan sendirinya akan melahirkan pesaing yang ketat untuk merebut pengunjung dan pembeli. Selain itu persaingan juga datang dari beberapa pedagang eceran di pasar-pasar tradisional dan toko-toko yang tersebar pada wilayah yang sama.

Galaxy Mart yang terletak di Jl. Santiago Kompleks Pasar Tuminting juga mengalami persaingan yang sangat ketat diantara kompetitornya. Galaxy Mart dalam gerak operasionalnya sehari-hari sebagai pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai aneka barang dan jasa dengan berbagai jenis, merk, dan ukuran pada tingkat yang bervariasi.

Alasan memilih obyek ini adalah toko yang termasuk dalam kategori pasar modern dimana konsumen dapat mengambil sendiri barang-barang yang akan mereka beli, namun tidak semua jenis barang bisa diambil sendiri oleh konsumen sehingga konsumen harus meminta bantuan kepada pramuniaga. Selain itu, Galaxy Mart ini juga tidak membatasi kualitas barang yang akan dibeli konsumen. Harga jual di tempat ini

juga relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.

Tujuan Penelitian

Tujuan diadakan penelitian ini Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan Galaxy Mart berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

TINJAUAN PUSTAKA

Inti dari pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Definisi yang baik dan singkat dari pemasaran yang menurut Kotler dan Keller (2016:27) adalah “marketing is meeting needs profitability”, maksud ungkapan tersebut adalah pemasaran merupakan hal yang dilakukan untuk memenuhi setiap kebutuhan (kebutuhan konsumen) dengan caracara yang menguntungkan semua pihak

Ritel yang dijelaskan oleh Utami (2010 : 5) bisnis ritel dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Pengelompokan bisnis ritel berdasarkan jenis ritel barang dagangan umum (general merchandise retailers) ada enam (Levy, et al., 2012: 48-55), yaitu:

1. Departemen stores
2. Full line discount stores
3. Category specialist
4. Specialty stores
5. Extreme-value retailers
6. Off-price retailers.

Pengertian kualitas pelayanan jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan 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.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat dipenuhi yang mengakibatkan terjadinya kesetiaan berlanjut. Itler (2006: 179). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang cukup lama.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

- a. Teknik Wawancara

- b. Teknik Pengamatan/Observasi
- c. Teknik Dokumentasi
- d. Triangulasi

Teknik Analisa Data

Data yang telah terkumpul peneliti analisis menggunakan alat analisis berupa:

- a. Pengukuran Instrumen Penelitian
- b. Pengujian data validitas dan reliabilitas
- c. Persamaan regresi linier sederhana
- d. Uji hipotesis.

DESKRIPSI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa dari 50 responden yang berjenis kelamin pria sebesar 40% dan berjenis kelamin wanita sebesar 60%. Responden terbanyak pada usia >37 sebagai ibu rumah tangga.

Uji Validitas

Semua pertanyaan dikatakan valid ,dan variable yang digunakan adalah reliable karena, korelasi antara skor butir 1 dengan skor total = 0.572, antara skor butir 2 dengan skor total = 0.525 dan seterusnya untuk variable X, sedangkan untuk variable Y korelasi antara skor butir 1 dengan skor total = 0.492, antara skor butir 2 dengan skor total = 0.612 dan seterusnya.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa variable yang digunakan adalah reliable, karena data menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha dan masing-masing variable memiliki nilai diatas 0.60

Analisis Regresi Sederhana

Nilai constan sebesar 34.140 memberikan pengertian bahwa jika factor Kualitas Pelayanan (X) tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 3.414. Kualitas Pelayanan (X) memberikan nilai negative sebesar 0.063. artinya setiap 1% perubahan Kualitas Pelayanan (X) akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar -6.3%, maka pengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan.

Uji Korelasi dan Determinasi

Nilai korelasi atau R sebesar 0,065, dan nilai Rsquer atau koefisien determinasi sebesar 0.004 yang menunjukan bahwa 0.4% Pengaruh X (*Kualias Pelayanan*) terhadap variable Y (*Kepuasan Pelanggan*) sangat rendah. Sementara sisanya sebesar 99.6 tidak dipengaruhi oleh variable lainnya.

Uji T

t_{hitung} untuk variable X (*Kualitas Pelayanan*) lebih kecil dari t_{tabel} .

dengan demikian dapat diartikan bahwa *kualitas pelayanan* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap *kepuasan pelanggan* Galaxy Mart Manado.

B. PEMBAHASAN

a. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil data pada penelitian diketahui bahwa pelanggan Galaxy Mart menyatakan setuju sebanyak pada kuesioner yang telah dibagikan. Selain itu hasil uji validitas dikatakan valid dan uji reliabel dikatakan reliabel

Dimana kualitas pelayanan merupakan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (*Armawati dan Wahyuddin, 2004*).

Kualitas pelayanan Galaxy Mart harus berperan penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yang maksimal dan

mengurangi ketidakmenyenagkan pelanggan.

b. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil data pada penelitian diketahui bahwa pelanggan Galaxy Mart menyatakan setuju pada kuesioner yang telah dibagikan. Selain itu hasil uji validitas dikatakan valid dikarenakan semua butir pernyataan pada nilai *correct item-total correlation* berada diatas rata-rata dan uji reliabel dikatakan reliabel

Menurut Kotler (2012) perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Dalam artian pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa factor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk menunjang kepuasan pelanggan maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan, sebab dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Galaxy Mart, dimana Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian pengujian hipotesis menyatakan bahwa hipotesis ditolak dikarenakan pengaruh dari kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini terjadi karena variable *Kualitas Pelayanan* terhadap *Kepuasan Pelanggan* dengan uji korelasi koefisien determinasi (R^2) 0.4% berada dibawah standar pedoman Interpretasi koefisien korelasi.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu, dimana hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa *kualitas pelayanan* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *kepuasan pelanggan*. Hal ini dikarenakan factor-faktor yang

diteliti dalam *kualitas pelayanan* tidak tidak berpengaruh terhadap *kepuasan pelanggan*.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Galaxy Mart dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil presentasi variable dengan menyebarkan kuesioner dari tanggapan responden sebagian besar menyatakan bahwa merasa setuju terhadap Kualitas Pelayanan yang dilaksanakan pada Galaxy. Hal ini ditunjukkan dari di perolehnya skor dengan presentasi yang tinggi.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa tingkat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Galaxy termasuk dalam kategori sangat rendah yang ditunjukkan oleh hasil koefisien determinasi.
3. Tanggapan responden tentang kualitas pelayanan atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Galaxy Mart sangatlah rendah hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Galaxy Mart memiliki kualitas sangat buruk.

4. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan bahwa jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Saran

Mengacu pada kesimpulan tentang Pengaruh Kualitas pelayanan maka dalam hal ini dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, karena kepuasan pelanggan sangat berdampak bagi perusahaan
2. Perusahaan agar lebih memahami apa yang menjadi keinginan dari pelanggan itu sendiri. Agar untuk kedepannya, pemasaran, penjualan dan pelayanan harus bekerja lebih erat dalam sebuah teamwork. Sehingga semakin baik Kualitas Pelayanan dalam perusahaannya, maka pelanggan akan semakin tertarik untuk menggunakan produk atau jasa dalam perusahaan tersebut.
3. Perusahaan harus mengadakan pelatihan dan pembelajaran bagi karyawan agar dapat bekerja secara efektif, efisien,

kualitas dan kuantitas pekerjaannya baik sehingga perusahaan bias lebih meningkatkan daya saing.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti variable bebas lainnya yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan agar dapat diperoleh hasil penelitian yang lebih luas cakupannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Armawati. R dan Wahyudi M. 2004. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*". Jurnal Ekonomi Sumber Daya. Vol 1. No.1. Juni 2004. Hal. 54-61.
- Iltar, B. Dr., 2006. High School Girls, Shopping Mall Experiences, Perceptions, and Expectations, A Qualitative Study, Retrived on Jan. 25, 2012.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012): *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih
- Levy, Michael dkk (2012). *Retailing Management*. New York, America: McGraw-Hill/Irwin.

Utami, Christina Whidya. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.