

DRAFT JURNAL ILMIAH

**PENGARUH ORANG, BUKTI FISIK, DAN PROSES TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN HYPERMART MANADO TOWN SQUARE**



OLEH :

**Danny David Samuel Mukuan, S.Sos.MSi.
Olivia F.C.H. Walangitan, SAB.MAP.**

**UNIVERSITAS SAM RATULANGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
2017**

Pengaruh Orang, Bukti Fisik dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen *Hypermart Manado Town Square*

Oleh :

Danny David Samuel Mukuan, S.Sos.MSi.

Olivia F.C.H. WalangitanSAB.MAP.

Abstract

The study titled Influence People, Physical Evidence and Process Against Consumer Satisfaction Hypermart Manado Town Square aims to determine the effect on the customer satisfaction, the influence of physical evidence to customer satisfaction, how to influence the process of consumer satisfaction, how Influence People, Physical Evidence and Process together on customer satisfaction, and where the most dominant variable from person, physical evidence, and proses to customer satisfaction Hypermart Manado Town Square.

The results showed that the variable effect of 12.8 % on customer satisfaction, pyhysical evidence variable effect by 21.8 % on customer satisfaction, process variables influence of 27.3 % on customer satisfaction, the variables, physical evidence, and process together provide the effect of 35.6 % on customer satisfaction Hypermart Manado Town Square, the result of partial test of the coefficient of determination is obtained that the process variable (X3) that are the dominant influence. Manajemen must add him to the training of employees, give more attention in terms of direct physical can be enjoyed by consumer, and should pay more attention to the end of the service to consumers Hypermart Manado Town Square.

Keywords : People, Physical Evidence, Process, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pasar ritel saat ini cukup kuat, didukung oleh pendapatan yang semakin tinggi dan daya beli yang semakin kuat dari masyarakat konsumen di Indonesia. Segmen kelas menengah sebagai segmen yang paling berkembang di Indonesia saat ini. Menurut Bank Dunia (*World Bank*), kelas menengah di Indonesia diperkirakan telah mencapai 131 juta orang, atau meliputi 55% dari total populasi. Dengan demikian kelas

menengah di Indonesia merupakan target pasar yang sangat potensial dan menjanjikan bagi perusahaan ritel di Indonesia. Menurut Gilbert (2003) Retail adalah Semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir berdasarkan organisasi penjualan barang dan jasa sebagai inti dari distribusi. Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah *marketing mix strategy*

atau strategi bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion* (Kotler, 2000). Kemudian konsep bauran pemasaran telah dikembangkan oleh para ahli dengan konsep *people, physical evidence* dan *process*. (Zeithaml, 2006).

Merujuk pada permasalahan yang ada, penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh orang/karyawan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen, pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan konsumen, pengaruh proses terhadap kepuasan konsumen, pengaruh orang, bukti fisik dan proses secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen dan mengetahui variabel mana yang paling dominan dari orang, bukti fisik dan proses terhadap kepuasan konsumen di *Hypermart Manado Town Square*. Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pimpinan perusahaan dalam membuat keputusan strategis terutama yang berkaitan dengan Orang, Bukti Fisik dan Proses dalam kaitannya dengan Kepuasan Konsumen. Dan peneliti lanjutan, dipergunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

People is all human actors who pay a part in service delivery and thus influence the

buyer's perception; namely, the firm's personnel, the customer and other in the service environment". (Zeithaml, 2006). Orang (*People*) berarti orang yang melayani ataupun merencanakan pelayanan terhadap para konsumen. Menurut Vincent Gaspersz, 2008 *People* (orang) menyangkut masalah pelatihan tentang ketrampilan interaksi dan resolusi masalah pelanggan, system dan prosedur balas jasa karyawan, personal selling, prosedur partisipasi kelompok pelayanan atau pribadi dan norma-norma perilaku, dan eksekusi simultan dari ketrampilan interaksi antar pribadi dan teknikal pada titik kontak dengan pelanggan. Menurut Vincent Gaspersz, 2008 *People* (orang) menyangkut masalah pelatihan tentang ketrampilan interaksi dan resolusi masalah pelanggan, system dan prosedur balas jasa karyawan, personal selling, prosedur partisipasi kelompok pelayanan atau pribadi dan norma-norma perilaku, dan eksekusi simultan dari ketrampilan interaksi antar pribadi dan teknikal pada titik kontak dengan pelanggan. *People* merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan *performance* tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal.

Proses menurut Zeithaml (2006) “*The actual procedures, mechanisms, and flow of activities by which the services is delivered-the service delivery and operating systems*”. Proses ini terjadi diluar pandangan konsumen. Menurut Vincent Gaspersz, 2008 Proses menyangkut prosedur operasi terperinci, manual dan deskripsi pekerjaan, prosedur untuk resolusi masalah pelanggan, prosedur pelatihan sebagai bagian dari pekerjaan, dan penetapan standar kinerja fasilitas, proses, peralatan, dan pekerjaan yang menciptakan pelayanan kepada pelanggan.

Fasilitas fisik menurut Zeithaml (2006) “*The environment in which the service is delivered and where firm and customer interact and any tangible component that facilitate performance or communication of the service*”. *Physical Evidence* berupa bukti fisik berarti konsumen akan melihat keadaan nyata yang menghasilkan jasa tersebut. Menurut Vincent Gaspersz, 2008 *Physical evidence* (bukti fisik) menyangkut tata letak fasilitas (interior dan eksterior), tema, dekorasi, penerangan, service counter, kebersihan dan lain-lain, penampilan dan kesehatan karyawan, kenyamanan, peralatan, reliabilitas, ketertarikan, kemudahan penggunaan, dan lain-lain,

serta kapasitas eksterior seperti tempat parkir, dan lain-lain.

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu (Tjiptono, 2000). Menurut kamus psikologi, *satisfaction* adalah perasaan enak subyektif setelah suatu tujuan dicapai baik tujuan itu fisik ataupun psikologis. *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (Tjiptono & Gregorius, 2005) mendeskripsikan kepuasan adalah perasaan baik ketika Anda mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang Anda ingin terjadi , tindakan memenuhi kebutuhan atau keinginan. Kotler dan Keller (2000) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Kepuasan konsumen merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini merupakan penelitian evaluatif pascapemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan barang atau jasa tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian eksplanatori (Sugiyono, 2004). Metode eksplanatori adalah suatu metode

dalam penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antar variabel – variabel melalui pengujian hipotesa, Dengan Variabel Bebas yaitu Orang/Karyawan (X1), Bukti Fisik (X2), Proses (X3) sedangkan Variabel Terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y). Dalam penelitian ini populasi adalah para konsumen Hypermart Manado Town Square pada bulan Desember tahun 2013 dengan sampel sebanyak 96 orang yang diambil secara acak yang diperoleh dengan menggunakan rumus Supramono (2003). Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Sederhana dan Regresi Berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS 20 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program analisis statistic SPSS.

a. Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26.049	5.102		5.105	.000
1 Orang	.454	.122	.358	3.719	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel coefficients regresi sederhana diatas menunjukkan nilai

persamaan yakni $Y = 26,049 + 0,454X$. Persamaan tersebut dapatlah diartikan bahwa jika terjadi perubahan pada nilai X atau Variabel orang, kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square Y akan mengalami perubahan sebesar perubahan $a + X * b$.

Misalnya harga X adalah sebesar 40 maka nilai Y adalah :

$$Y = 26,049 + 0,454 (40)$$

$$Y = 26,049 + 18,16$$

$$Y = 44,209$$

Nilai signifikansi t sebesar 0,000 jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) atau ($0,05 > 0,000$), maka dapatlah dijelaskan bahwa hipotesa pertama dalam penelitian ini diterima atau menolak H_0 yang artinya variabel orang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	209.210	1	209.210	13.833	.000 ^b
1 Residual	1421.696	94	15.124		
Total	1630.906	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Orang

Dengan *Level of significance* = 0,05.

Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

a. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pada tabel ANOVA diatas signifikasi ANOVA bernilai 0,000 dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai Sig ANOVA $<$ dari α atau $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka penelitian ini menolak hipotesa observasi (H_0) dan menerima hipotesa alternatif (H_a) atau variabel orang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

b. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25.273	3.865		6.539	.000
Bukti Fisik	.432	.084	.467	5.120	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel coefficients regresi sederhana diatas menunjukkan nilai persamaan yakni $Y = 25,273 + 0,432X$. Persamaan tersebut dapatlah diartikan bahwa jika terjadi perubahan pada nilai X atau Variabel Bukti Fisik, Kepuasan Konsumen Hypermart Manado Town Square Y akan mengalami perubahan sebesar perubahan $a + X * b$.

Misalnya harga X adalah sebesar 35 maka nilai Y adalah :

$$Y = 25,273 + 0,432 (35)$$

$$Y = 25.273 + 15,12$$

$$Y = 40,393$$

Nilai signifikasi t sebesar 0,000 jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) atau ($0,05 > 0,000$), maka dapatlah dijelaskan bahwa hipotesa kedua dalam penelitian ini diterima atau menolak H_0 yang artinya variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	355.656	1	355.656	26.216	.000 ^b
Residual	1275.250	94	13.566		
Total	1630.906	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik

Dengan *Level of significance* = 0,05.

Pada tabel ANOVA diatas signifikasi ANOVA bernilai 0,000 dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai Sig ANOVA $<$ dari α atau $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka penelitian ini menolak hipotesa observasi (H_0) dan menerima hipotesa alternatif (H_a) atau variabel bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

c. Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25.883	3.229		8.016	.000
Proses	.445	.075	.523	5.949	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel coefficients regresi sederhana diatas menunjukkan nilai persamaan yakni $Y = 25,883 + 0,445X$. Persamaan tersebut dapatlah diartikan bahwa jika terjadi perubahan pada nilai X atau Variabel Proses, Kepuasan Konsumen Hypermart Manado Town Square Y akan mengalami perubahan sebesar perubahan $a + X * b$.

Misalnya harga X adalah sebesar 45 maka nilai Y adalah :

$$Y = 25,883 + 0,445 (45)$$

$$Y = 25.883 + 20,025$$

$$Y = 45,908$$

Nilai signifikansi t sebesar 0,000 jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) atau ($0,05 > 0,000$), maka dapatlah dijelaskan bahwa hipotesa ketiga dalam penelitian ini diterima atau menolak H_0 yang artinya variabel proses berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	446.040	1	446.040	35.386	.000 ^b
Residual	1184.866	94	12.605		
Total	1630.906	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Proses

Dengan *Level of significance* = 0,05.

Pada tabel ANOVA diatas signifikansi ANOVA bernilai 0,000 dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai Sig ANOVA < dari α atau $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka penelitian ini menolak hipotesa observasi (H_0) dan menerima hipotesa alternatif (H_a) atau variabel proses berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

d. Pengaruh Orang, Bukti Fisik dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.332	5.272		2.150	.034
1 Orang	.302	.110	.238	2.748	.007
Bukti Fisik	.209	.101	.226	2.073	.041
Proses	.269	.095	.316	2.838	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel coefficients regresi berganda diatas menunjukkan nilai persamaan yakni $Y = 11,332 + 0,302X_1 + 0,209X_2 + 0,269X_3$. Persamaan tersebut dapatlah diartikan bahwa jika terjadi perubahan pada nilai X_1 , X_2 , dan X_3 atau Variabel Orang, Bukti Fisik dan Proses

dengan nilai yang sama, maka Kepuasan Konsumen Hypermart Manado Town Square Y akan mengalami perubahan sebesar perubahan $a + bX_1 + bX_2 + bX_3$.

Misalnya harga X adalah sama sebesar 50 maka nilai Y adalah :

$$Y = 11,332 + 0,302 (50) + 0,209 (50) + 0,269 (50)$$

$$Y = 11,332 + 15,1 + 10,45 + 13,45$$

$$Y = 50,332$$

Hasil di atas menunjukkan :

1. Nilai signifikansi Orang sebesar 0,007 jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ ($0,007 < 0,05$) atau ($0,05 > 0,007$)
 2. Nilai signifikansi Bukti Fisik sebesar 0,041 jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ ($0,041 < 0,05$) atau ($0,05 > 0,041$)
 3. Nilai signifikansi Proses sebesar 0,006 jika dibandingkan dengan nilai $\alpha = 0,05$ ($0,006 < 0,05$) atau ($0,05 > 0,006$)
- maka dapatlah dijelaskan bahwa hipotesa keempat dalam penelitian ini diterima atau menolak H_0 yang artinya variabel orang, bukti fisik, dan proses secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	580.553	3	193.518	16.950	.000 ^b
Residual	1050.353	92	11.417		
Total	1630.906	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel ANOVA diatas signifikansi f ANOVA bernilai 0,000 dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$, maka nilai Sig ANOVA < dari α atau $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka penelitian ini menolak hipotesa observasi (H_0) dan menerima hipotesa alternatif (H_a) atau variabel orang, bukti fisik, dan proses secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa variabel orang memberikan pengaruh sebesar 12,8 % terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square, angka tersebut menunjukkan bahwa orang dalam hal ini semua yang terlibat dalam pelayanan kepada konsumen belum maksimal dalam melaksanakan tugasnya atau masih rendah. Variabel bukti fisik memberikan pengaruh sebesar 21,8 % terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square, angka tersebut

menunjukkan bahwa bukti fisik yang secara keseluruhan dinikmati oleh konsumen belum cukup maksimal karena hanya memberikan pengaruh yang sedang.

Variabel proses memberikan pengaruh sebesar 27,3% terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square, angka tersebut menunjukkan bahwa proses adalah yang tertinggi dibandingkan 2 variabel di atas. Pihak manajemen sudah cukup baik menjalankan manajemen proses akhir layanan terhadap konsumen walaupun begitu tingkat pengaruhnya masih pada taraf sedang sehingga perlu diefektifkan. Variabel orang, bukti fisik, dan proses secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 35,6 % terhadap kepuasan konsumen Hypermart Manado Town Square. Penggabungan 3 variabel di atas tidak cukup memberikan pengaruh secara menyeluruh oleh karena berdasarkan pedoman interpretasi tinggi rendahnya pengaruh, maka angka tersebut hanya memberikan pengaruh yang sifatnya sedang, sementara faktor-faktor di luar variabel tersebut di atas mungkin memberikan pengaruh lebih besar misalnya Harga, Tempat, Produk, Promosi, dan sebagainya.

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak manajemen yaitu

bahwa pihak manajemen harus menambah pelatihan kepada karyawan Hypermart tentang bagaimana cara melayani konsumen dengan tampilan dan atau performa yang maksimal agar konsumen yang dilayani merasa puas dan akan kembali untuk berbelanja di sana. Pihak manajemen harus memberikan perhatian lebih dalam pada bukti fisik yang secara langsung dapat dinikmati oleh konsumen selama berbelanja di Hypermart. Tidak adanya sarana sanitasi di dalam area pertokoan harus menjadi perhatian khusus, oleh karena hal ini juga akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pihak manajemen dalam mengelolah proses akhir layanan seperti kecepatan layanan pembayaran (tidak terjadi antrian yang terlalu panjang) kepada konsumen harus lebih diperhatikan kenyamanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam (2005). *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.80 edisi II*. Semarang. Penerbit: Universitas Diponegoro.
- Gilbert D.C., 2003, *The Efficiency of Sales Promotions in UK Supermarkets : a Consumer View*, *Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 30, UK.

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium Jilid I*. Prenhallindo. Jakarta.
- Supramono, Haryanto., 2003, *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI.
- Supranto, J, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono, 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, 2000, *Manajemen Jasa*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gramedia Chandra, 2005, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Vincent Gasersz, 2008, *Productin Planning and Inventory Control*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, and D.D. Gremler. 2006. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* , 4th ed, McGraw-Hill Irwin, Boston