

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BOLLY DEPARTEMEN STORE KOTA BIMA

Fakrin^{1*}, Intisari Haryanti²

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Bima, Indonesia

Penulis Korespondensi: fakrinbm@gmail.com

Article Info	Abstrak
Article History Received: 04 Agustus 2022 Revised: 15 Agustus 2022 Published: 31 Agustus 2022	<i>This study aims to determine the analysis of the influence of service quality on customer satisfaction at the bolly department store of the city of Bima population and the sample of this study is to use the unknowns population formula whose population is not known to determine the sample. The number of samples in this study is 96.04 or rounded up to 96 respondents in accordance with the criteria that have been set. The results of this study are partially the effect of service quality on customer satisfaction at the bolly department store in the city of Bima. Simultaneously or simultaneously the effect of service quality on customer satisfaction at the bolly department store Bima city. The correlation value (r) generated is 0.203. So it can be concluded that there is a very low relationship between the independent variable and the dependent variable. While the value of r square is 0.041. This shows that the overall service quality variable has an influence of 0.041% on consumer satisfaction, while the remaining 95.9% is influenced by other variables not examined in this study.</i>
Keywords Service Quality; Customer Satisfaction.	

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba instan dikarenakan mayoritas masyarakat memiliki mobilitas yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya. Sehingga masyarakat seringkali mencari sesuatu yang praktis dan serba instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diikuti dengan adanya berbagai penyediaan layanan yang membantu masyarakat. Setiap Bolly Departemen Store menawarkan keunggulan kepada konsumen supaya dapat terus bertahan. Semakin menarik, mudah, dan menguntungkan sistem penjualan bagi konsumen, maka keuntungan bagi Bolly Departemen Store semakin besar, membawa peluang bisnis yang besar, seperti penjualan produk dan penyediaan pelayanan.

Di Kota Bima khususnya daerah Bima sedang diwabah usaha retail yang sangat banyak beredar di kota Bima, salah satunya retail Bolly Departemen Store Kota Bima yang berlokasi di Jln. Gaja Mada. Namun tak bisa dipungkiri karena lokasi yang strategis banyak pesaing yang juga membuka usaha sejenis disekitar Bolly Departemen Store Kota Bima ini dan jika tidak dipertahankan didalam kualitas pelayanan maka konsumen akan berpindah berbelanja ke usaha pesaing. Pelayanan yang kurang memuaskan akan menyebabkan berkurangnya konsumen atau bahkan hilang karena konsumen berpindah ke jasa layanan lain. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta nilai kualitas jasa sangat ditentukan oleh tingkat kepentingan maupun kepuasan konsumen sebagai pemakainya.

Kondisi ini merupakan sebuah tantangan besar bagi perusahaan dalam membangun citra perusahaan yang tidak hanya mampu membuat dan membangun tapi juga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mengetahui perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa dalam rangka pemenuhan dan pemuasan kebutuhan. Buruknya kualitas jasa (pelayanan)

atau manajemen jasa yang diberikan perusahaan atau institusi publik kepada para konsumen, sudah sejak lama disadari mengakibatkan banyak kerugian bagi perusahaan. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen juga sangat berhubungan langsung dengan keberlangsungan suatu perusahaan.

Konsumen pada masa sekarang sudah mulai selektif untuk mencari tempat yang bagus, dan baik secara pelayanannya. Itu berarti perusahaan bukannya melakukan *marketing* tetapi justru melakukan *demarketing*. Efek berikutnya akan terjadi pemberitaan yang negatif dalam jangka panjang dan sekali lagi itu adalah kerugian yang harus dialami oleh perusahaan. Model Minimarket seperti Bolly Dept. Store Bima yang sudah menjamur menawarkan berbagai hal yang menarik dan dipilih untuk dijadikan bahan penelitian. Dalam menghadapi tuntutan masyarakat tersebut, sangatlah diperlukan oleh Bolly Dept. Store untuk menjalankan strategi pemasaran yang merupakan rencana secara menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan. Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah pelayanan pada konsumen yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan.

Berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan pelayanan yang ramah dan baik kepada konsumen, yang merupakan sasaran pasarnya. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu upaya yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan. Sedangkan yang dimaksud pelayanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani konsumen supaya konsumen mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Kepuasan konsumen dapat dicari apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik.

Persaingan yang ketat pada bisnis ritel tidak terlepas semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai skala dan segmen yang dibidik. Persaingan tersebut memacu para pebisnis di bidang retail untuk senantiasa menjadi retail pilihan konsumen dan mempertahankan konsumennya. Pada setiap perusahaan diuntut untuk selalu kreatif dan untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing.

Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Namun Masih banyaknya keluhan dari para konsumen terhadap usaha retail ini hal yang menjadi pertimbangan untuk melakukan penelitian ini, dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bolly Depertemen Store Kota Bima. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bolly Dep Store Kota Bima.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *eksplanatory* yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain (Oktavia & Mugiono, 2020). Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen.

Instrumen penelitian suatu alat yang di gunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan konsioner dengan *skala likert*.

Populasi yang digunakan yaitu seluruh konsumen yang pernah membeli produk Bolly Dep Store Kota Bima minimal 1 kali, yang tidak diketahui jumlahnya sedangkan Untuk menentukan jumlah sampel dalam populasi yang tidak diketahui maka di gunakan rumus *unknow* population, sehingga diperoleh 96 responden. Rumus *unknow* population menurut Frendy (2011) sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2}$$

Keterangan:

n = sampel

z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian (pada = 5% atau derajat keyakinan di tentukan 95% maka z = 1,96)

μ = margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditoleri (ditentukan 10%).

Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh perhitungan jumlah sampel sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2}{4\mu^2}$$
$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ Resonden.}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 96 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu accidental sampling yaitu konsumen Bolly Dept Store Kota Bima yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel disesuaikan dengan kebutuhan peneliti.

Adapun lokasi yang dilaksanakn dalam penelitian ini adalah bertempat di Bolly Dep Store Kota Bima Jln. Gajah Mada Monggonao Kecamatan Mpunda Kota Bima.

Adapun tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu mengamati secara langsung kegiatan yang dilakukan pada bolly dep store kota bima

2. Kuisisioner, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS dan selanjutnya dianalisis secara kuantitatif, meliputi analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F), dan uji koefisien determinan (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *bivariate pearson (product moment pearson)*. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2- tailed dengan sig. 0,05), maka item-item pertanyaan/pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Hasil pengujian validitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pearson Correlation	Nilai Batas	Keterangan
X.1	0,648	0,300	Valid
X.2	0,645	0,300	Valid
X.3	0,624	0,300	Valid
X.4	0,682	0,300	Valid
X.5	0,724	0,300	Valid
X.6	0,715	0,300	Valid
X.7	0,559	0,300	Valid
X.8	0,739	0,300	Valid
X.9	0,718	0,300	Valid
X.10	0,630	0,300	Valid
Y.1	0,879	0,300	Valid
Y.2	0,808	0,300	Valid
Y.3	0,724	0,300	Valid
Y.4	0,661	0,300	Valid
Y.5	0,586	0,300	Valid
Y.6	0,755	0,300	Valid

Sumber: Output Olah Data SPSS, 2022.

Berdasarkan dari tabel pengujian validitas diatas diperoleh hasil bahwa seluruh indikator yang digunakan dinyatakan valid atau dapat digunakan karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sig < alpha. Pengujian validitas ini menunjukkan semua pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid dan sesuai dengan angket yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari para responden.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur handal atau tidaknya kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan/ pernyataan adalah konsisten antar responden dan antara waktu. Reliabilitas diukur dengan menghitung koefisien *alpha* (α) dan diuji dengan menggunakan *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai *cronbach alpha* $> 0,7$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Crombach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	.861	0,600	Realibel
Kepuasan Konsumen (Y)	.824	0,600	Realibel

Sumber: Output Olah Data SPSS, 2022.

Berdasarkan tabel output diatas dapat diketahui bahwa pada variabel X (kualitas pelayanan) N of Items (banyak nya item atau butir pernyataan angket)nya adalah 10 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,861. Kemudian pada variabel Y (kepuasan konsumen) N of Items (banyak nya item atau butir pernyataan angket)nya adalah 6 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,824. Karena nilai Cronbach's Alpha $0,861 > 0,600$ dan $0,828 > 0,600$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan angket untuk variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan reliabel atau konsisten.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi Variabel Independent

X = Kualitas Pelayanan

e = Standard Error.

Berdasarkan output olah data menggunakan bantuan SPSS diperoleh hasil yang disajikan sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.272	2.340		9.091	.000
	Kualitas Pelayanan	.113	.056	.203	2.010	.047

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output Olah Data SPSS, 2022.

Berdasarkan hasil output diatas dapat menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 21.272 + 0.113 (\text{Kualitas Pelayanan})$$

Hasil pengujian tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 21.272. Hal ini menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan bernilai nol, maka kepuasan konsumen sebesar 21.272.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) bernilai positif sebesar 0.113. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0.113.

4. Hasil Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui secara signifikan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Penentuan penerimaan hipotesis dengan uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis (uji t) disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.272	2.340		9.091	.000
	Kualitas Pelayanan	.113	.056	.203	2.010	.047

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output Olah Data SPSS, 2022.

Berdasarkan dari hasil uji t (uji parsial) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yang dapat dilihat pada tabel statistik dengan

probabilitas $0,05/2 = 0,025$ dan derajat kebebasan (df) = $n-k = 96-2=94$, sehingga nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,986. Dengan demikian, maka nilai t_{hitung} variabel sebesar 2.010 lebih besar dari pada nilai t_{tabel} 1,986 ($2.010 > 1,986$) dan nilai sig. sebesar 0,047 lebih kecil dari 0,05 ($0,047 < 0,050$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin nilai R^2 mendekati satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen, demikian pula sebaliknya. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.203 ^a	.041	.031	2.881	1.388

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Output Olah Data SPSS, 2022.

Berikut disajikan tabel interval untuk menentukan kriteria koefisien determinasi (R^2) variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Kriteria Koefisien Determinasi (R^2)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2017.

Berdasarkan dari hasil output SPSS di atas diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,203 yang dapat diartikan bahwa korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen memiliki korelasi yang **rendah**. Kemudian diperoleh hasil nilai R Square atau koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,041 atau sebesar 59,2%. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 4,1%, sedangkan sisanya sebesar 95,9% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bolly Depertemen Store Kota Bima.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Bolly Depertemen Store Kota Bima, maka kepuasan konsumen pada Bolly Depertemen Store Kota Bima akan semakin meningkat. Demikian pula sebaliknya, semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan Bolly Depertemen Store Kota Bima, maka kepuasan konsumen pada Bolly Depertemen Store Kota Bima juga akan semakin menurun.

SARAN

Sehubungan dengan permasalahan dari hasil analisa data yang telah disajikan dihasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang bermanfaat, antara lain:

1. Bolly Depertemen Store Kota Bima harus memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga karyawan dapat memberikan dan melakukan standar pelayan kepada konsumen.
2. Bolly Depeenrtem Store Kota Bima agar menambah karywan di kasir untuk dapat meminimalisir antrian panjang sehingga konsumen merasa nyaman pada saat berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132–144.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Balance*, XIV(1), 44–56.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Journal Of Applied Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Mulyadi, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan MM Resto Karawang. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 2(2), 91–100.
- Mulyono, B. H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Studi Manajemen dan Organisasi*, 4, 291.
- Oktavia & Mugiono. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Taman Indie Resto Malang)*. 09, 34–38.
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234.
- Sucihati, R.N., Usman. & Yunita, F.A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada UD. Nealma Food Sumbawa Besar). *Samalewa: Jurnal Riset dan Kajian Manajemen*. Vol. 2(1): 40–49.
- William, & Purba, T. (2020). Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 1987–1996.