

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI HD MART

RUDI SETIAWAN

E-mail: rudisetiawan110684@gmail.com

STIA YPPT Priatim Tasikmalaya, Tasikmalaya, Indonesia

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah hal penting yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan misalnya di toko Swalayan, dalam meningkatkan kepuasan pelanggan salah satu yang menjadi kunci ialah dengan pelayanan yang baik. Sama halnya di HD Mart yang menjadi tempat penelitian yang peneliti teliti. Tujuan penelitian ini yaitu mencari seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan. metode yang peneliti gunakan yaitu penelitian kuantitatif, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan HD Mart . Data yang diperoleh berdasarkan hasil dari penyebaran angket dengan 12 pernyataan dan menggunakan skala likert dengan 5 pilihan jawaban. Dan dari hasil penelitian yang diperoleh dengan menggunakan uji hipotesis berdasarkan hasil nilai korelasi nilai t hitung $3,806 > t$ tabel $1,661$. Maka, H1 atau hipotesis pertama di terima , artinya ada pengaruh Kualitas Pelayanan (x) terhadap Kepuasan pelanggan (Y). dan nilai signifikansi (sig) diperoleh $0,000 < 0,05$. maka, H1 atau hipotesis pertama di terima. Atau berpengaruh signifikan variabel kualitas (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). dan untuk besar pengaruhnya diperoleh dari uji Koefisien determinasi (R^2) nilai R square yaitu 13.4%

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

Customer satisfaction is an important thing that is the goal for every company, for example in supermarkets, in increasing customer satisfaction one of the keys is good service. It's the same at HD Mart , which is a place for research that researchers are researching. The purpose of this study is to find out how much influence Service Quality has on customer satisfaction. The method that the researcher uses is quantitative research, the population in this research is HD Mart customers. The data obtained is based on the results of distributing a questionnaire with 12 statements and using a Likert scale with 5 answer choices. And from the research results obtained using hypothesis testing based on the results of the correlation value of t count $3.806 > t$ table 1.661 . So, H1 or the first hypothesis is accepted, meaning that there is an effect of Service Quality (x) on customer satisfaction (Y). and the significance value (sig) is $0.000 < 0.05$. then, H1 or the first hypothesis is accepted. Or significantly influence the quality variable (X) on the customer satisfaction variable (Y). and for the magnitude of the effect obtained from the coefficient of determination test (R^2) the value of R square is 13.4%

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman, dimana dunia bisnis mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak dalam bidang jasa ataupun bukan bidang jasa. Untuk saat ini minat seseorang lebih berkembang dalam kegiatan di bidang bisnis, di mulai dari merintis usaha mandiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya beserta keluarganya. Mulai dari yang bertempat di kota sampai ke pelosok desa/ daerah, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat begitu pesat, mulai dari produk, harga, promosi dan yang paling penting kualitas pelayanannya. Salah satu yang menjadi faktor penentu yang penting dari kepuasan pelanggan yaitu Kualitas pelayanan dimana secara langsung akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan. Setiap konsumen pasti mengharapkan kualitas pelayanan yang baik seperti fasilitas yang memadai, keamanan, ketenangan serta ketersediaan barang yang di butuhkan. Maka dari itu, pihak perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan yang baik pada saat ini supaya perusahaan dapat terus berkembang sampai dimasa yang akan datang.

Pada saat ini banyak perusahaan yang menyatakan bahwa tujuan perusahaan yang bersangkutan adalah untuk memuaskan pelanggan. Cara pengungkapannya mungkin beragam, ada yang merumuskannya “memberikan segala sesuatu yang diharapkan pelanggan”. “pelanggan ialah raja”, “kepuasan pelanggan merupakan tujuan kami”, dan lain sebagainya. Situasi tersebut tidak hanya terjadi pada sektor swasta tetapi juga melanda perusahaan atau instansi pemerintah. Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian tidaklah gampang untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Pelanggan yang dihadapi saat ini berbeda dengan pelanggan dimasa lalu.

tantangan yang besar dalam dunia usaha ataupun bisnis adalah menciptakan dan mempertahankan konsumen yang dapat merasakan kepuasan terhadap produk yang disediakan.

Dalam Persaingan dunia bisnis perusahaan berupaya agar jadi yang terbaik adalah suatu hal paling utama yang harus diraih supaya perusahaan dapat berkembang, hal tersebut juga berlaku di HD mart yang termasuk pelayanan jasa konsumen, pelayanan jasa konsumen berperan sebagai perantara antara pembeli dan penjual, yang menerapkan sebuah konsep yang mengutamakan kepuasan pelanggan.

Saat ini pelanggan semakin mengetahui dan menyadari hak-haknya. Maka dari itu, dapat dipahami bahwa ada kelompok ahli pemasaran yang berpendapat bahwa “tidak realistis apabila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha memperkecil rasa tidak puas pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik.” Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan dari kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak bagus maka harapan konsumen tidak pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan kehilangan satu persatu. dengan begitu, berarti perusahaan tersebut akan mengalami kebangkrutan. Dengan begitu hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi saja yang akan mampu bersaing dan bertahan dan berkembang dengan keberlangsungan perusahaan.

Ditinjau dari sisi pelanggan bahwa kepuasan pelanggan yaitu permasalahan yang utama pada sebuah lembaga jasa pelayanan yang diberikan, apakah sudah selesai harapan para pelanggan atau belum. maka dari itu, HD Mart dituntut agar selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan serta ketersediaan bahwa bahan yang dibutuhkan pelanggan agar kepuasan

pelanggan meningkat.mengenai apa yang telah diberikan dengan yang dibutuhkan mereka.Sedangkan rasa tidak puas akan ada ketika hasil yang diinginkan pelanggan tidak terpenuhi. Kepuasan pelanggan terhadap produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak dengan benar paham dengan apa yang dibutuhkan pelanggannya.

Kepuasan juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya maupun informasi dari pesaing. Dimana *problem* dalam kepuasan merupakan masalah yang bersifat perseorangan, dimana rasa kepuasan seseorang akan berbeda dengan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang lainnya.

Pemahaman atas kebutuhan pelanggan dalam kegiatan pembelian merupakan dasar untuk tercapainya kesuksesan dalam pemasaran, dimana jika pihak perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan maka pihak perusahaan dapat menjalankan strategi yang efektif untuk mendukung dan mencapai sasaran yang dituju.

Bersamaan dengan permasalahan yang ada di lapangan tersebut, penulis melaksanakan objek penelitiannya di HD produk lebih menekankan kepada hasil, dikarenakan pelanggan pada umumnya tidak dilibatkan secara langsung kedalam prosesnya.Maka dengan itu, memerlukan sistem manajemen kualitas yang mampu memberikan jaminannya bagi pelanggan.bahwa produuk tersbut dilakukan dengan proses yang berkualitas. Pelayanan ialah suatu perilaku yang dilakukan kepada pelanggan secara tidak berwujud,tidak berbentuk tetapi dapat dirasakan. Kotler dalam (Mulyawan, 2016) menyatakan bahwa: “pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan dari suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak ”. Lovelock

mart. Dimana HD mart merupakan usaha bidang jasa yang bergerak di bidang usaha supermarket yang menyediakan barang-barang kebutuhan rumah tangga yang dibutuhkan oleh para pelanggan.

LANDASAN TEORI

Kualitaas disebut juga mutu merupakan tingkatan baik buruknya atau derajat sesuatu barang ataupun jasa. Menurut Goets Davis (Yamit, 2001) menyatakan Kualitas adalah suatu keadaan dinaamis yang memiliki hubungan dengan produk,jasa,manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dari Pendekatan yang dikemukakan Goetsh Davis menerangkan bahwa kualitas tidak hanya menekankan pada aspek hasil akhir,yaitu prooduk dan jasa.tetapi, juga menyangkut kualitas manuuusia, kualitas prooses dan kualitas lingkungan sangatlah tdk mungkin untuk menghasilkan produuk dan jasa yang berkualiitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.Perusahaan dalam bidang jasa pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, dimana pelanggan biasanya terlibat secara langsung kedalam proses tersebut. sedangkan perusahaan yang menghasilkan dalam (Mulyawan, 2016:32) mengatakan bahwa pelayanan atau jasa adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dirasakan atau dialami”.Artinya produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang bisa dimiliki,dan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan. Sementara itu pendapat Moenir (Mulyawan, 2016:14) pelayanan merupakan proses pemenuhan kebuttuhan melalui aktiivitas orang lain secara langsung. Secara umum arti pelaynan itu seperti yang dikemukakan oleh Warella dalam (Mulyawan, 2016:14) menerangkan pelayanan merupakan suatu perbuatan,suatu kinerja atau suatu usaha, jadi mennjukan pentingnya penerima jasa pelayanan terlibat secara aktif di dalam

produksi atau penyampaian proses pelayanan itu sendiri. Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang didapat dari penggunaan produk atau jasa, baik sama atau lebihnya harapan yang diinginkan pelanggan. Richard F. Gerson (Mts. Arief, 2020:167) mengartikan kepuasan pelanggan merupakan bahwa harapan dari pelanggan sudah terpenuhi atau terlampaui. Kotler (2014: 150) Menerangkan bahwa kepuasan pelanggan ialah perasaan senang maupun kecewa yang ada setelah hasil kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan pelanggan. Dari pengertian kepuasan pelanggan tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum arti dari kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima. serta berhubungan dengan komponen kepuasan harapan. Yang pada umumnya harapan pelanggan adalah perkiraan atau rasa keyakinan dari pelanggan tentang hal yang akan diterima apabila pelanggan membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sementara itu, pelayanan yang dirasakan ialah sebuah jawaban pelanggan terhadap apa yang mereka terima setelah menggunakan produk yang mereka beli. Apabila kinerja terletak dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sedangkan apabila kinerja dapat melebihi harapan maka sebaliknya pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Banyaknya perusahaan yang berfokus kepada tingkat kepuasan yang tinggi karena para pelanggan dapat dengan mudah merubah pikiran apabila mendapatkan yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret sampai dengan bulan Juli dengan target penelitian adalah konsumen dari HD Mart. instrument yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan angket

dan teknik analisis data menggunakan regresi sederhana.

Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. penelitian Deskriptif adalah suatu metode dalam kegiatan penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, dalam sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. (Nazir, 1988:63).

Informasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Tasikmalaya dengan menggunakan sampling *Probability Sampling* dengan *Sample Random*. Menurut Sugiyono (2016:156) *Sample Random* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. dalam penelitian ini yang menjadi sampel respondents adalah Pelanggan yang sudah pernah berbelanja di HD Mart.

Dalam penentuan responden peneliti menggunakan rumus slovin dengan populasi 2300 Pelanggan.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Tingkat Signifikan

Penjelasan:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{2300}{2300 \cdot 10\%^2 + 1}$$

$$n = \frac{2300}{2300 \cdot 0.01 + 1}$$

$$n = \frac{2300}{24}$$

n = 96 Responden

berdasarkan perhitungan yang diperoleh di atas, maka jumlah responden yang diteliti adalah 96 Responden.

Sumber Data

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari angket yang disebar ke pelanggan HD Mart.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data yang

digunakan didalam penelitian ini adalah Analisis regresi sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara dua variabel: variabel independen (biasanya disebut sebagai variabel prediktor) dan variabel dependen (biasanya disebut sebagai variabel respons). Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana perubahan dalam variabel independen mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen. Teknik ini cocok digunakan ketika Anda ingin memahami hubungan sebab-akibat antara dua variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut kami uraikan hasil penelitian dan pembahasan:

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.365 ^a	.134	.124	1.87860
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R) diperoleh nilai sebesar ,365 atau 0,365 yang artinya terdapat pengaruh signifikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), karena nilai R mendekati angka 1 . Nilai R² sebesar =0.134 yang berarti 13.4% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dan sisanya 86.6% merupakan pengaruh dari selain variabel yang di teliti. Dengan demikian menunjukkan bahwa pelanggan merasakan bahwa kualitas pelayanan (X) Terdapat pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pada HD Mart .

Peneliti juga menemukan beberapa penelitian sebelumnya sejalan dengan hasil penelitian ini, termasuk diantaranya hasil riset (Januar Efendi) 2016. selain itu juga hasil penelitian ini sesuai pernyataan hasil penelitian (Indri K) 2022. Kemudian hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian (Lu'Lu UI) 2021.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di HD Mart Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. maka diperoleh Kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan pelanggan di HD Mart. Dimana diperoleh hasil signifikan $0.000 < 0,1$ maka, dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama di terima. Atau berpengaruh signifikan variabel kualitas (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)
2. Besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di HD Mart , di peroleh dengan hasil nilai R , nilai R yang diperoleh yaitu Nilai R = 0,365 berarti pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan sebesar = 36.5 % artinya memiliki pengaruh yang kuat. Nilai R

$Square = 0,134$, yang mengandung pengertian bahwa variabel bebas (Kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan pelanggan) adalah sebesar 13.4% . dan sisanya 86.6% di pengaruhi oleh selain variabel yang di teliti. Hal ini berarti memiliki pengaruh atau berpengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di HDMart.

DAFTAR PUSTAKA

- Mts.Arief. (2020a). *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Bayumedia Publisshing.
- Mts.Arief. (2020b). *Pemasaran jasa dan kualitas pelayanan*. Jakarta: Bayumedia Publisshing.
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan pelayanan publik*. Bandung: UNPAD Press.
- Sugiyono. (2013a). *Metode penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013b). *metode penelitian manajemen*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Tjipto, F. (2005). *Prinsip-prinsip Total Qualiti Servis*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wibisono, D. (2003). *Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi UI.