

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BUKU GRAMEDIA BIGMALL SAMARINDA

Agustina

Universitas Mulawarman
Ap.agustina79@gmail.com

Noor Ellyawati

Universitas Mulawarman
noor.ellyawati@fkip.unmul.ac.id

Vitria Puri Rahayu

Universitas Mulawarman
viellycrystal@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of service quality on consumer satisfaction at the Gramedia Bookstore Bigmall Samarinda. The sampling technique in this study used incidental sampling technique. The sample used in this study were 100 respondents who were people who visited and made purchases at the Gramedia Bigmall Bookstore. The analytical method used is simple linear regression analysis. Hypothesis testing uses a partial test (t test) using the SPSS 23 application. The results of this study are that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: service quality, consumer satisfaction.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan orang-orang yang berkunjung dan melakukan pembelian di Toko Buku Gramedia Bigmall. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Pelayanan prima di sebuah lembaga publik sudah menjadi kebutuhan. Memuaskan konsumen dengan kualitas keterampilan pelayanan yang profesional merupakan salah satu unsur pelayanan prima. Pelayanan prima terdiri dari kegiatan yang memberikan nilai tambah untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Nugroho dan Priata (2011) mengatakan bahwa kunci untuk memenangkan persaingan dengan memberikan servis yang terbaik untuk konsumen, contohnya dengan memberikan pelayanan prima seperti ramah, senyum, sopan, cepat, tanggung jawab dan pelayanan yang lebih baik dari pesaing lain.

Dalam melaksanakan pelayanan yang baik diperlukan interaksi antara karyawan dan konsumen. Interaksi yang baik melayani dengan menyapa, ramah, sopan, dan sigap menghampiri konsumen yang sedang mencari atau menanyakan apa yang diinginkan. Dengan interaksi tersebut konsumen merasa nyaman, diperhatikan serta merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun sebaliknya jika perusahaan tidak memberikan kualitas pelayanan yang baik, konsumen tentu akan berpaling kepada pesaing lain. Sejalan dengan Tjiptono (2012) mengatakan kualitas pelayanan menjadi salah satu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Oleh karena itu, sebagian perusahaan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satunya yang dilakukan Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda dengan memberikan pelayanan kepada konsumen.

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen karyawan bagian pelayanan buku karyawan belum melaksanakan dengan baik. Hal itu berdasarkan hasil observasi awal dengan menyebarkan angket kepada 50 konsumen ditemukan beberapa permasalahan yaitu Pertama 19 orang atau 38% konsumen menyatakan pelayanan dari karyawan kepada konsumen masih kurang memuaskan seperti kurang ramah serta sigapnya karyawan dalam melayani konsumen dan karyawan kurang memperhatikan kebersihan buku/novel yang terletak dirak dan 31 orang atau 62% konsumen menyatakan pelayanan yang diberikan karyawan pada pelayanan buku sudah sesuai dengan SOP. Kedua, 21 konsumen atau 0,42% menyatakan masih kurang lengkapnya buku-buku yang dibutuhkan konsumen seperti buku kisah-kisah agama islam, buku ekonomi dan bisnis, buku manajemen, buku pendidikan dan novel terjemahan serta tidak terjemahan karya penulis luar negeri, serta sarana dan prasarana yang disediakan tidak lengkap seperti ketersediaan tempat duduk untuk membaca dengan nyaman dan bangku kecil untuk mengambil buku yang berada di rak atas, sisanya 29 orang atau 58% menyatakan fasilitas fisik sudah terpenuhi.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat berbagai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Alamary (2017) berdasarkan penelitiannya diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Selanjutnya hasil penelitian tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan Rabiah (2020), berdasarkan penelitiannya ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menjadikan kualitas pelayanan menjadi sangat penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka akan menjadi menyebabkan tingkat kepuasan yang tinggi juga.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda.

Teori yang mendasari penelitian ini, menurut Tjiptono dan Chandra (2016:157) mengatakan bahwa kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu terwujud sesuai dengan harapan konsumen. Selain itu, menurut Arini dkk (2018) mengatakan bahwa kepuasan konsumen ialah perasaan sedih ataupun senang seseorang yang timbul disebabkan terdapatnya perbandingan kinerja yang dirasakan pada suatu produk yang diharapkan.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kausal dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:52) kausal yaitu variabel yang bersifat sebab akibat, maksudnya ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

Populasi dalam penelitian ini semua konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian buku Gramedia Bigmall Samarinda yang tidak diketahui persis jumlahnya dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental yang dihitung menggunakan rumus Lemeshow (Riyanto Slamet, 2020:13) sebagai berikut:.

$$n = \frac{Za^2.P.Q}{L^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Za = Nilai standar distribusi a=5%=1.96

P = Estimasi proporsi populasi

Q = Interval dan penyimpanan

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan Rumus, maka:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2}$$
$$= 96,04$$

Berdasarkan perhitungan data diatas, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk menyebarkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diisi oleh responden yakni konsumen Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda yang diukur dengan menggunakan Skala Likert. Sebelum kuesioner digunakan dilakukan uji kelayakan kuesioner dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik dengan Uji Normalitas untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.
2. Analisis Regresi Linear Sederhana untuk mengetahui pengaruh antar 2 variabel.
3. Uji t untuk menguji seberapa jauh berpengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
4. Analisis Koefisien Determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana & Hasil Uji Parsial (Uji t) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,961	1,226		-3,230	,002
Kualitas Pelayanan	,660	,021	,955	31,707	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil dari nilai constant (a) sebesar -3,961 dan nilai dari variabel kualitas pelayanan (b/Koefisien regresi) sebesar 0,660. Dari hasil tersebut dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$\text{Kepuasan Konsumen} = -3,961 + 0,660 \text{ Kualitas Pelayanan}$$

Persamaan koefisien regresi diatas dapat diinterpretasikan bahwa nilai konstanta bertanda negatif sebesar -3,961 artinya apabila variabel kualitas pelayanan bernilai nol maka kepuasan konsumen mengalami penurunan sebesar -3,961 satuan. Hasil konstanta yang negatif menurut Hendry (2014) menyatakan bahwa konstanta negatif tidaklah menjadi persoalan dan bisa diabaikan selama model regresi yang diuji sudah memenuhi asumsi (misal normalitas untuk regresi sederhana atau asumsi klasik lainnya untuk berganda). Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,660 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,660 satuan atau 66,0%.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas bahwa nilai signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, dan nilai t_{hitung} sebesar $(31,707) > t_{tabel} (1,660)$ maka secara parsial berpengaruh signifikan. Dari hasil pengujian dan analisis tersebut dapat diinterpretasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 2
Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,955 ^a	,911	,910	3,814

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Primer diolah (2021)

Dari tabel diatas dapat menjelaskan besarnya nilai korelasi/ hubungan (R) yaitu sebesar 0,955. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,911 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 91,1% sedangkan sisanya 8,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan pengaruh positif. Hasil ini didukung dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alvin Mariansyah (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu, hasil uji hipotesis menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Kemudian diperkuat juga dengan hasil penelitian terdahulu Daniel dan Asron (2020) yang berjudul Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, dari hasil uji t dan uji F menyatakan pengaruh promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kepri Mall.

Hal ini bisa dilihat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan sangatlah bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena menurut Tjiptono dan Chandra (2016:157) mengatakan bahwa kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkatan pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Dalam kenyataannya kualitas pelayanan menurut setiap konsumen berbeda-beda karena apa yang dirasa sesuai dengan yang diharapkan konsumen satu tidak sama dengan harapan konsumen yang lain. Artinya, jika karyawan memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas dikarenakan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan didapati nilai signifikan $(0,000) < \alpha (0,05)$, dan nilai t_{hitung} sebesar $(31,707) > t_{tabel} (1,660)$ maka hipotesis H_a diterima, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda. Selain itu, dalam uji statistik menyatakan bahwa pengaruh secara parsial variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 66,0% menunjukkan pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Buku Gramedia Bigmall Samarinda. Hasil koefisien determinasi menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan sangat besar dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah pelayanan pada bagian buku dapat meningkatkan lagi kualitas pelayanannya terutama komunikasi karyawan karena konsumen merasa kesulitan memahami informasi yang

disampaikan karyawan ketika menanyakan sesuatu dan dari segi fasilitas bisa ditingkatkan dengan menambah tempat membaca dengan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen melalui Loyalitas Konsumen GO-JEK. *Jurnal STEI Ekonomi* , XX (XX), 1-24.
- Alamry, M. S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Buku Gramedia Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 6 (2), 1-16.
- Apriyani, D. A., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada Konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , 51 (2), 1-7.
- Mariansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *JIBM (Jurnal Ilmiah Bina Manajemen)* , 3 (2), 134-146.
- Pane, D. H., & Purba, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli di Situs E-Commerce Bukalapak. *Jurnal Ilmiah Kohesi* , 4 (3), 156-167.
- Ramantika, D. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Dukungan Sosial Guru terhadap Prestasi Belajar SIMKOMDIG SISWA SMA. *eprints.ums.ac.id* .
- Rabiah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis* , 8 (1), 65-74.
- Sampelan, A. G., Oroh, S. G., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kebijakan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada Kawan Baru Mantos Manado. *Jurnal EMBA* , 3 (3), 170-179.
- Septian, D., & Saputra, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kepri Mall. *Jurnal Manajemen* , 6 (1), 43-53.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: ALFABETA, cv.