

WAISYA : JURNAL EKONOMI
Vol. 1 No 1 Maret 2022
<https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/JW>

KUALITAS LAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA UD.PUSAT HARAPAN

Ayuek Rizza Priyantini¹,
Brilink Kecamatan Gunung Sari
rizzapriyantini2@gmail.com

	Abstrak
Keywords: Kualitas layanan, Kepuasan Pelanggan, UD Pusat Harapan	Tujuan dari penelitian ini yakni agar dapat diketahui apakah variabel pelayanan berpengaruh signifikan tingkat puasnya konsumen yang berbelanja di UD Pusat Harapan, berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukan oleh perhitungan <i>statistic</i> uji hipotesis, variabel kualitas layanan (X1) $0,17 > 0,05$, hasil penelitian menunjukan bahwa indikator pelayanan (X1) memiliki pengaruh kepada tingkat puasnya konsumen (Y). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah keseluruhan pembeli berbelanja pada UD Pusat Harapan sehingga sampel berjumlah 96 responden. Metode pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23 dalam melakukan uji statistik yang kemudian dapat memberikan gambaran dari hasil penelitian.

Pendahuluan

Diera moderenisasi ini tingkat persaingan semakin ketat, tidak hanya pada pada perusahaan skala besar, namun juga pada level menengah kebawah. Para pemilik usaha harus pandai dalam menentukan strategi didalam menghadapi persaingan tersebut. Memenangkan sebuah persaingan tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan konsumen namun juga dapat mendapatkan loyalitas dari konsumen tersebut (Veronica 2017). Berkembangnya suatu usaha dapat dipengaruhi banyak faktor diantaranya adalah tingkat tingkat layanan konsumen.

Berbagai riset dikembangkan untuk dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, salah satunya adalah riset yang dilakukan oleh Wharton Business yang dikutip oleh (Lupiyoadi, R & Hamdani 2006) memperbaiki kualitas dari pelayanan kepada pelanggan justru akan lebih efektif dalam mempertahankan loyalitas dari konsumen tersebut. Artinya dari layanan oleh pelaku usaha, maka konsumen yang melakukan transaksi akan merasa dilayani dengan sesuai harapan maka konsumen mendapatkan rasa puas sehingga kembali atau memilih perusahaan tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia atau tidak bahagia terhadap sesuatu ketika mereka melakukan perbandingan suatu produk dengan harapannya (Kotler, 2002) dalam (Prasetio 2012). Menurut Tjiptono (2002) kualitas mempunyai ikatan yang kuat kaitannya dengan rasa kepuasan seorang pelanggan, artinya bahwa layanan yang memuaskan dapat meningkatkan kepuasan seorang pelanggan. Dalam mengukur tingginya kepuasan pelanggan menurut Parasuraman dalam (Tjiptono 2012) dimensi pelayanan diantaranya; bukti langsung (*tangibles*); kehandalan (*reability*); daya tanggap (*responsiveness*); jaminan (*assurance*); empati (*emphaty*).

Kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang diacapai pada produk atau jasa ketika produk atau jasa tersebut sesuai dengan yang diharapkannya (Daryanto & Setiabudi, 2014) dalam (Niken Nanincova 2019). Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu usaha, pelanggan yang senang akan datang kembali bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Dalam usaha apapun setiap perusahaan atau usaha mengutamakan kualitas layanan, terlebih lagi dengan usaha jasa, dengan banyaknya pesaing dengan produk yang sama, maka strategi yang dapat memungkinkan adalah dengan meningkatkan dari kualitas layanan.

Pada penelitian yang sebelumnya telah dilakukan yang berkaitan dengan pengaruh layanan terhadap kepuasan seperti yang dilakukan oleh (Arie Sulistyawati

and Seminari 2015),dimana hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan atribut yang ada pada sebuah produk yang ditawarkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Indus Ubud. Begitu juga halnya penelitian yang dilakukan oleh (Rahman 2017) dimana hasil penelitian yang dilakukan disimpulkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 berpengaruh sangat kuat dengan koefisien korelasi r sebesar 0,738.

Kualitas layanan kepada pelanggan harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha termasuk yang harus dilakukan oleh UD.Pusat Harapan, yang merupakan salah satu pelaku usaha yang menjual bahan bangunan, produk dibidang pertanian dan pakan ternak. Berdiri sejak tahun 1980 terus mengalami perkembangan usaha hingga sekarang ini, namun semenjak di terbitkan aturan baru oleh Menteri Pertanian terkait dengan subsidi pupuk bagi petani yang dirasa sangat memberatkan dan membatasi setiap orang untuk menjual pupuk mengakibatkan UD Pusat Harapan dari tahun 2015 memutuskan untuk berhenti menjual pupuk bersubsidi dan lebih focus menjual bahan bangunan dan pakan ternak.

Seiring dengan terus bertambahnya jumlah pelaku usaha yang menjual bahan bangunan dan pakan ternak mengakibatkan tingkat persaingan semakin tinggi. Jumlah pesaing semakin meningkat mempengaruhi tingkat penjualan UD Pusat Harapan, tentu hal ini menjadi masalah yang serius dan harus segera dicarikan solusi dalam menghadapi persaingan. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh UD Pusat Harapan kepada para konsumennya, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam menentukan strategi yang dapat dilakukan untuk dapat mempertahankan pelanggannya.

Bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap,dan empati merupakan komponen atau faktor dari kualitas pelayanan yang pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan, sehingga hipotesis dalam penelitian ini :

WAISYA : JURNAL EKONOMI
 Vol. 1 No 1 Maret 2022
<https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/JW>

H1 : Pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif melalui metode kuantitatif. Asosiatif adalah salah satu penelitian dengan analisis keterikatan antar variabel dalam penelitian atau adanya hubungan antar. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian dan yang akan melakukan pembelian produk di UD Pusat Harapan. Pada penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling*, melalui metode *aksidental sampling*, artinya sampel diambil berdasarkan orang atau yang berbelanja yang ditemui oleh peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang oleh peneliti sesuai dengan kriteria dapat dijadikan sebagai sampel yang memberikan informasi data (Sugiyono, 2001) dalam (Setiawaty 2017), Untuk mendapatkan jumlah sampel penelitian maka dapat menggunakan rumus Snedecor GW dan Chocran (1997), maka diperoleh sampel sebanyak 96 orang. Pada penelitian ini data diperoleh dari data data bersifat primer yakni informasi didapatkan oleh peneliti tanpa melalui pihak lain kemudian data di olah dengan metode khusus agar responden dapat memberikan jawaban yang benar sehingga dapat berdasarkan kebutuhan dari penelitian. Dalam mengumpulkn data penelitian menggunakan kuisisioner dimana kuisisioner ini adalah pengumpulan data memberi soal atau pertanyaan kepada responden secara tertulis. Analisis penelitian menggunakan alat analisis model *Multiple Regresion Analysis* (Regresi Linier Berganda) melalui *back-ward*, dapatdituangkan kedalam program SPSS Versi 23. Analisis Regresi Linier Berganda (Achmad 2001) yang digunakam penelitian ini yaitu:

$$Y_1 = b_0 + b_1X_1 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Kualitas Pelayanan

- b_0 = Konstanta
- $b_1 \dots b_5$ = Koefisien regresi
- e = Variabel pengganggu atau *residual* (*randomz error*)

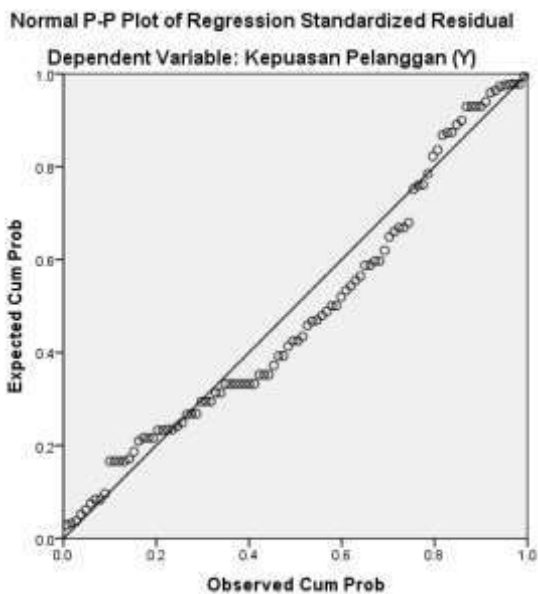
Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Uji Normalitas

Fungsi uji normalitas adalah sebagai uji variabel terkait, apakah variabel bebas dan lainnya berkontribusi secara normal atau tidak, dalam penelitian ini uji normalitas dapat ditunjukkan dalam gambar berikut,

Tabel.1 Uji Normalitas



Sumber: SPSS versi 23

Berdasarkan gambar diatas menunjukan penyebaran data yang ditunjukkan oleh titik-titik disekitar garis diagonal, dan mengikuti garis tersebut sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan

untuk menganalisis kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di UD.Pusat Harapan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan ditemukan korelasi yang kuat antar variabel bebas yang satu dengan yang lain. Untuk mengukur multikolinearitas digunakan besaran VIF (*varian inflation faktor*). Jika nilai tolerance value suatu variabel lebih kecil dari 0.10, atau lebih besar dari VIF lebih besar dari 0,10 maka dikatakan terjadi multikolinearitas, apabila nilai *tolerance value* variabel lebih besar dari 0,10 atau VIF lebih kecil dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dalam penelitian ini uji kolinearitas dapat dilihat pada gambar berikut

Tabel.2 Tabel Multikolinearitas

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98.734	1	98.734	5.879	.017
	Residual	1578.599	94	16.794		
	Total	1677.333	95			

Sumber : SPSS versi 23

Berdasarkan tabel diatas ditunjukan nilai *tolerance* dari kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,17 dengan nilai VIF sebesar 5.879, sedangkan nilai variabel penelitian ini memiliki nilai tolerance dan VIF sama dan nilainya lebih *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih besar dari 0,10 sehingga peneltian ini menunjukan tidak terjadinya multikolinearitas antar variabel bebas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan tujuan mengetahui apakah faktor Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh pada variabel terikat dalam hal ini Kepuasan Pelanggan (Y) pada UD.Pusat Harapan. Hasil regresi linear berganda dapat ditunjukan sebagai berikut:

Tabel.3
Data perhitungan regresi linear berganda

Coefficients					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	32.989	3.808		8.663
	Kualita Pelayanan (X1)	.220	.091	.243	.017

Sumber : SPSS versi 23

Dari perhitungan data statistic SPSS versi diatas diperoleh persamaan regresi berikut

$$Y = b_o + b_1X_1 + e$$
$$Y= 0,32,989+ 0,220X1+e$$
$$Y= 0,54,989+e$$

Hasil perhitungan regresi linear berganda diatas diperoleh informasi bahwa dua variabel bebas variabel Kualitas Layanan(X1), 0,220. Jika diasumsikan bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di UD Pusat Harapan. Model regresi diatas dapat diketahui arah dan pengaruh dari masing-masing variabel dalam penelitian. Arah dan hubungungan variabel yang ditunjukan dalam bentuk regresi tersebut dapat dijelaskan berdasarkan koefisien regresi masing-masing variabel. Dari regresi liner berganda tersebut variabel dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan pada UD.Pusat Harapan, dapat dilihat pada nilai koefisien yang level signifikan dibawah 5% yakni 0,000, sehingga dari hasil membandingkan antara t hitung dan t tabel didapatkan nilai $t > t \text{ tabel}$ (sebesar $2.425 > 1.984$). Ini mengartikan bahwa faktor layanan yang tinggi memiliki pengaruh kepada rasa puas konsumen.

Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Koefisien determinasi berganda dipakai agar dapat menunjukan pengaruh variabel bebas, sehingga pada penelitian ini adalah kualitas layanan , terhadap perkembangan variabel terikat yakni kepuasan pelanggan. koefisien determinasi berganda penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel.4 Determinasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.243	.059	.049	4.09800

Sumber: SPSS versi 23

Berdasarkan tabel diatas hubungan antara variabel Kualitas layanan (X1), dengan variabel Kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang kuat. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,243 dan koefisien determinasi berganda sebesar 0,059. Artinya variabel Kualitas layanan dan terhadap Kepuasan pelanggan di UD Pusat Harapan.

Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini pengujian hipotesis secara parsial (Uji T) ditunjukkan pada tabel berikut;

Tabel.5 Uji T (Uji Hipotesis)

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	32.989	3.808		8.663	.000
Kualita Pelayanan (X1)	.220	.091	.243	2.425	.017

Sumber : SPSS versi 23

Pada uji hipotesis secara parsial pada penelitian ini diperoleh nilai propabilita (sig t) dengan kriteria $t > 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan begitu juga sebaliknya jika $t < 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini artinya bahwa uji parsial variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Pada data diatas menunjukan bahwa $t > 5\%$ yaitu $0,17 > 0,05$ maka artinya bahwa variabel Kualitas layanan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

2. Pembahasan

2.1 Pengaruh Kualitas layanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana hasilnya $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ sehingga menolak H_0 dan menerima H_a . Analisis tersebut memberikan gambaran bahwa kualitas layanan memang sangat dibutuhkan oleh perusahaan sebagai strategi didalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, selain itu juga dengan kepuasan pelanggan maka suatu perusahaan atau unit usaha akan dapat mempertahankan pelanggannya atau loyalitas dari pelanggan akan tetap terjaga khususnya pelanggan di UD Pusat Harapan.

Menurut (Hutasoit 2011) kualitas layanan merupakan suatu kesesuaian serta derajat suatu kemampuan yang digunakan oleh seluruh karakteristik produk dan jasa

yang disediakan dalam memenuhi seluruh harapan dari konsumen. Konsumen atau pelanggan yang harapannya terpenuhi serta puas terhadap layanan yang diberikan kepada dirinya maka konsumen tersebut akan memiliki loyalitas terhadap produk atau layanan pada sebuah jasa yang pernah mereka dapatkan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa dari seorang konsumen dalam membandingkan sebuah kinerja nyata sebuah produk atau jasa dengan harapan yang dimilikinya (Sangadji 2013). Hal ini yang berarti bahwa kepuasan seorang konsumen atau pelanggan adalah perasaan yang dirasakan setelah melakukan perbandingan antara layanan secara nyata didapatkan pada sebuah produk atau jasa dengan harapan yang sebelumnya dimilikinya, layanan yang diterima melebihi dari harapannya maka konsumen tersebut terpuaskan sehingga akan menjadikannya loyal terhadap suatu produk atau jasa tersebut.

Simpulan

Kesimpulannya dari penelitian yang dilakukan bahwa Pelayanan (X1) diberikan kepada konsumen berpengaruh terhadap rasa puas pelanggan (Y) di UD. Pusat Harapan. Dari hasil perhitungan statistik dengan hasil uji hipotesis (Uji t) menunjukkan variabel kualitas layanan (X1) sebesar $0,17 > 0,05$ berarti bahwa variabel layanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Kualitas layanan yang diberikan saat ini berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang berbelanja di UD Pusat Harapan, maka untuk itu pentingnya selalu menjaga dari kualitas pelayanan yang saat ini dirasa sudah baik serta perlu dilakukan evaluasi setiap waktu tertentu. Hal ini bertujuan agar dapat mengetahui apakah tingkat layanan yang diberikan mengalami peningkatan kearah yang lebih baik atau bahkan mengalami kemunduran.

WAISYA : JURNAL EKONOMI

Vol. 1 No 1 Maret 2022

<https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/JW>

Daftar Pustaka

- Achmad, Kuncoro. 2001. *Cara Menggunakan Dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik*. Cetakan Pe. Bandung: Alfabeta.
- Arie Sulistyawati, Ni, and Ni Seminari. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 4(8): 250437.
- Hutasoit, C.S. 2011. *Pelayanan Publik Teori & Aplikasi*. Jakarta: MAGNA Script Publishing.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Niken Nanincova. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro." *Agora* 7(2): 1-5.
- Prasetio, Ari. 2012. "Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Management Analysis Journal* 1(4): 1-8. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.
- Rahman, Aan. 2017. "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan)." *Cakrawala* XVII(2): 237-42. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2504>.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv Andi. Taniredja.
- Setiawaty, N. 2017. "Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 22(1): 96601.
- Tjiptono, F. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. 2nd ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Veronica, Deka. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Journal Development* 5(1): 55-69.