

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT YUDHA SWALAYAN JAKARTA**

Puji Yuniarti
ASM BSI Jakarta
e-mail:puji.pyi@bsi.ac.id

Abstrak

Perkembangan dunia usaha sangat meningkat pesat, sehingga mampu menimbulkan persaingan. Untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan bisnis, perusahaan melakukan berbagai strategi untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang dilakukan dengan baik. Karena konsumen dapat dikatakan puas apabila semua kebutuhan dan harapannya terpenuhi dengan baik. Untuk dapat mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh, Yudha Swalayan Petukangan Jakarta Selatan, penulis menyebarkan kuesioner kepada 50 (Lima Puluh) responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, skala yang digunakan penulis dalam penulisan ini menggunakan skala likert, kemudian penulis mengolah data tersebut dengan menggunakan rumus perhitungan secara manual dan menggunakan program spss16. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi product moment diperoleh hasil sebesar 0,767 dimana jumlah skor tersebut menunjukkan kuatnya hubungan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 58,88%, dan dilihat dari persamaan regresi yang terbentuk $Y = 13.778 + 0.644 X$ hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan searah antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka perlu ditingkatkan pelayanan secara maksimal untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan Konsumen

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha sangat meningkat pesat, sehingga mampu menimbulkan persaingan. Untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan bisnis, perusahaan melakukan berbagai strategi untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang dilakukan dengan baik. Karena konsumen dapat dikatakan puas apabila semua kebutuhan dan harapannya terpenuhi dengan baik. Untuk dapat mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh, Yudha Swalayan Petukangan Jakarta Selatan, penulis menyebarkan kuesioner kepada 50 (Lima Puluh) responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling, skala yang digunakan penulis dalam penulisan ini menggunakan skala likert, kemudian penulis mengolah data tersebut dengan menggunakan rumus perhitungan secara manual dan menggunakan program spss16. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi product moment diperoleh hasil sebesar 0,767 dimana jumlah skor tersebut menunjukkan kuatnya hubungan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi dapat diketahui bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 58,88%, dan dilihat dari persamaan regresi yang terbentuk $Y = 13.778 + 0.644 X$ hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan searah antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka perlu ditingkatkan pelayanan secara maksimal untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

II. LANDASAN TEORI

Pengertian Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008:1) Service bisa diartikan “melakukan sesuatu bagi orang lain”. Akan tetapi tidaklah mudah mencari padanan kata dalam bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut. Setidaknya ada tiga kata yang mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan dan service. Sementara itu, kata service lebih mengacu konteks reparasi.

Riset dan literatur manajemen jasa dalam Tjiptono (2008:15) mengungkap bahwa jasa/ layanan memiliki empat karakteristik unik yang

membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Keempat karakteristik tersebut dikenal dengan istilah paradigma IHIP: Intangibility, Ieterogeneity, Inseparability, dan Perishability.

Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik

Untuk melayani pelanggan/ konsumen harus memenuhi ciri-ciri pelayanan yang baik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kasmir (2011:34) ada beberapa ciri pelayanan yang baik, antara lain:

1. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
2. Tersedianya karyawan yg baik.
3. Bertanggung jawab kepada pelanggan sejak awal hingga akhir.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan terhadap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.
9. Mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Pengertian Kinerja

Bangun (2012:230) menyatakan bahwa “peningkatan kinerja merupakan hal yang diinginkan baik dari pihak pemberi kerja maupun para pekerja. Pemberi kerja menginginkan kinerja karyawannya baik untuk kepentingan peningkatan hasil kerja dan keuntungan perusahaan”.

Bangun (2012:231) menyatakan bahwa, “kinerja adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan. Suatu pekerjaan mempunyai persyaratan tertentu untuk dapat dilakukan dalam mencapai tujuan yang disebut sebagai standar pekerjaan”.

Dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah prestasi kerja atau hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai karyawan persatuan periode waktu dakan melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Kepuasan Konsumen

Dalam dunia bisnis ada istilah “pembeli adalah raja” maka dari itu kepuasan pelanggan sangat diutamakan untuk menjaga agar pelanggan tidak berpaling kepada yang lain. Tingkat kepuasan yang tinggi juga mampu mengangkat tingkat usaha.

Pengertian kepuasan menurut Oliver dalam Supranto (2011:233) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain menjadi faktor

penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Yamit (2010:94) untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat melakukan dengan tahapan sebagai berikut.

1. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan
Mencari tahu kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat dilakukan dengan mengetahui motif pelanggan dalam membeli suatu produk atau jasa. Mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan atas suatu produk atau jasa, akan memudahkan perusahaan dalam mengkomunikasikan produk kepada sasaran pelanggannya.
2. Mengetahui proses pengambilan keputusan dalam membeli
Dengan mengetahui tipe pengambilan keputusan pelanggan dalam membeli produk, perusahaan dapat memprediksi faktor yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan pembelian dan memilih cara pelayanan pelanggan yang tepat.
3. Membangun citra perusahaan
Perusahaan perlu memperhatikan proses informasi yang membentuk persepsi pelanggan terhadap produk perusahaan. Persepsi positif atau negatif sangat tergantung pada informasi yang diterima pelanggan atas produk yang dihasilkan perusahaan.
4. Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan
Membangun kesadaran harus diimplementasikan dalam tindakan nyata bahwa semua unit yang ada dalam perusahaan bertanggung jawab untuk memuaskan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan menjadi motivasi setiap unit dalam organisasi, maka pembentukan citra akan maksimal.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di PT Yudha Swalayan Jakarta. Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Data Primer
 - a. Interview/ wawancara
Wawancara yang dilakukan disini untuk mengetahui secara jelas dan mendapatkan informasi secara lengkap, dan untuk mendapatkan hal itu penulis melakukan metode tanya jawab mengenai kegiatan semua yang berhubungan dengan Yudha Swalayan.
 - b. Pengamatan (observasi)
Penulis melakukan pengamatan dan terjun langsung mengenai bagaimana pelayanan yang dilakukan Yudha Swalayan, dan apakah pegawai itu mampu memberikan pelayanan yang baik serta kenyamanan saat berhadapan dengan pelanggan.

dan dari pengamatan tersebut penulis dapat mengetahui proses dari pelayanannya dan dapat juga diketahui kekurangan maupun kelemahan pelayanan dari Yudha Swalayan.

c. Kuesioner

Penulis mempersiapkan daftar pertanyaan yang dibagikan kepada responden dengan materi yang berhubungan dengan penelitian, untuk mengetahui bagaimana pelayanan Yudha Swalayan kepada kepuasan para pelanggan.

2. Data Sekunder atau Studi Kepustakaan

Data sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada. Data ini diperoleh dari buku-buku atau laporan-laporan terdahulu yang berkaitan dengan gaya kepemimpinan dan kinerja karyawan.

Adapun pengolahan data dimulai dari teknik pengambilan sampel yang diambil dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Populasi yang akan menjadi objek penelitian adalah karyawan di PT Yudha Swalayan Jakarta yaitu sebesar 50 orang pelanggan sebagai responden. Penentuan ukuran sampling jenuh semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. dihitung dengan menggunakan *product moment pearson* yaitu koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta persamaan regresi yang diolah menggunakan Microsoft excel 2010 dan dibandingkan dengan menggunakan SPSS 22.

IV. PEMBAHASAN

Uji Koefisien Korelasi

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa, terdapat hubungan yang positif dan kuat karena nilai uji koefisien korelasi sebesar 0.767 dilihat dari Interpretasi Koefisien Korelasi yang cukup kuat. Angka koefisien positif yang menunjukkan hubungan positif, yaitu jika pelayanan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat, dan jika pelayanan menurun maka kepuasan konsumen juga akan menurun.

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n\sum X^2 - \sum X^2)(n\sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

$$r = \frac{50.86139 - 2100.2042}{\sqrt{\{50.88782 - (2100)^2\} \{50.8306 - (2042)^2\}}}$$

$$r = \frac{4306950 - 4288200}{\sqrt{(4439100 - 4410000)(4190300 - 4169764)}}$$

$$r = \frac{18750}{\sqrt{29100.20536}}$$

$$r = \frac{18750}{\sqrt{579597600}}$$

$$r = \frac{18750}{24465}$$

$$r = 0,766400 = 0,767$$

Uji Koefisien Determinasi

Nilai korelasi (R) yaitu 0.767 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien deterrminasi (R^2) sebesar 0.589 yang mengandung pengertian bahwa hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen sebesar 58,82% sedangkan sisanya 41,72% dipengaruhi faktor-faktor lain

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

$$Kd = 0,767^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,588289 \times 100\%$$

$$Kd = 58,8289 \%$$

Uji Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil di atas dijelaskan *coefficients* pada kolom B pada *constant* (a) adalah 13,778 sedangkan nilai (b) adalah 0.644 sehingga persamaan regresinya didapat:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 13,778 + 0,644X$$

Untuk memperkuat hasil perhitungan SPSS tabel V.27 peneliti juga menggunakan perhitungan manual sebagai bahan pertimbangan.

$$a = \frac{EX^2EY - EX.EY}{n.EX^2 - [EX]^2}$$

$$a = \frac{2042.88782 - 2100.86139}{50.88782 - 2100^2}$$

$$a = \frac{181292844 - 180891900}{4439100 - 4410000}$$

$$a = \frac{400944}{29100}$$

$$a = 13,7781443299$$

$$b = \frac{n.EY - EX.EY}{n.EX^2 - EX^2}$$

$$b = \frac{50.86139 - 2100.2042}{50.88782 - 2100^2}$$

$$b = \frac{4306950 - 4288200}{4439100 - 4410000}$$

$$b = \frac{18750}{29100}$$

$$b = 0,644329869$$

Setelah nilai a dan b ditemukan, maka persamaan regresi dapat disusun. Konstanta sebesar 13,778, dapat dinyatakan bahwa jika ada pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan, maka kepuasan pelanggan sebesar 13,778 satuan.

Berdasarkan pada tabel V.27, koefisien tingkat signifikan 0,000 maka H_0 diterima, kesimpulannya adalah persamaan Regresi signifikan, sehingga persamaan regresi yang dapat dibentuk yaitu: $Y = 13,778 + 0,644 X$

Dimana: $Y =$ Kepuasan Konsumen
 $X =$ Pelayanan

Artinya jika $X = 0$ atau tanpa ada pelayanan maka kepuasan pelanggan sebesar 13,778 dan jika X naik 1 angka atau setiap kenaikan pelayanan sebesar 1 maka akan menaikkan kepuasan pelanggan menjadi sebesar 14,422.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diambil dari seluruh penelitian tentang pengaruh disiplin terhadap kinerja karyawan pada PT Relasi Abadi sebagai berikut:

1. Dari hasil dengan menggunakan Skala Likert perhitungan koefisien korelasi secara manual diperoleh hasil sebesar 0,766400981 (0,767) dan dari hasil perhitungan SPSS 16 diperoleh hasil 0,767. Keputusan H_0 diterima, hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi secara manual diperoleh hasil manual 58,8289% dan berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS versi 16 diperoleh hasil sebesar 58,82% Keputusan H_0 diterima artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh pelayanan sebesar 58,82% dan sisanya 41,72% dipengaruhi oleh faktor lain, misalnya emotional factor biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk maupun jasa.
3. Berdasarkan perhitungan analisa regresi linear sederhana secara manual diperoleh persamaan $Y = 13,7781443299 + 0,644329869 X$ dan berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS versi 16 diperoleh persamaan regresi $Y = 13,778 + 0,644 X$ artinya jika $X = 0$ atau tanpa adanya pelayanan maka kepuasan konsumen sebesar 13,778 dan jika X naik 1 angka maka kenaikan kepuasan konsumen sebesar 14,422. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif atau searah antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian analisis dan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis memberikan saran yang dapat dijadikan masukan guna perbaikan mengenai disiplin terhadap kinerja karyawan sebagai berikut:

1. Hendaknya Swalayan meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih baik lagi dan jika perlu setiap beberapa bulan sekali memberikan training serta arahan kepada para pegawai agar bisa dengan lebih baik lagi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
2. Swalayan juga harus mengadakan evaluasi terhadap pelayanan yang telah diterapkan agar menjaga kestabilan kualitas pelayanan yang telah diberikan.
3. Dihimbau untuk perusahaan agar menambah jumlah pegawai untuk menyeimbangkan antara banyaknya konsumen yang datang agar bisa sejalan dan pegawai tidak terlalu terburu-buru menanggapi permintaan konsumen, sehingga hasil penelitian kepuasan konsumen bisa ditingkatkan lagi.
4. Pegawai harus menjaga komunikasi dengan baik agar konsumen merasa dihargai dan diperhatikan baik dari segi produk maupun dari pelayanan yang diterima agar konsumen mau balik lagi untuk membeli barang / produk yang dibutuhkan konsumen.

REFERENSI

- Kasmir, 2008. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
Kasmir, 2011. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.

Sugiono. 2007. Statistika Untuk Penelitian. Cet 12. Bandung: CV Alfabeta. Sunyoto, Danang.2013. Metode dan Instrumen Penelitian (Untuk Ekonomi dan Bisnis)

Supranto, J. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Cet 4. Jakarta: Rieneka Cipta.

Ridwan.2010. Dasar-Dasar Statiska. Bandung:Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2008. Service Management. Yogyakarta: CVAndi Offset.

Yamit, Zulian. 2010. Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta: Ekonosia