

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MINIMARKET ALFAMART MAPANGET RAYA MANADO

Dhieyandro Afrillo Pangemanan

Universitas Prisma Manado

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Instrument pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan metode non probability sampling yaitu dengan teknik *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 90 responden. Teknik pengujian instrument dalam penelitian adalah Uji Validitas Dan Uji Reabilitas Dan Uji Asumsi Klasik Sedangkan Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Dekriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di minimarket Alfamart Mapanget Raya Manado. Hasil Uji Koefisien Determinasi juga didapati hasil atau *R Square* sebesar 0,701. Hal tersebut memiliki arti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 70,1% terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN

Dengan adanya persaingan yang semakin meningkat di industri ritel dan munculnya pusat perbelanjaan dengan berskala lokal, nasional, dan internasional yang beragam, bisnis ritel dipaksa untuk menjadi pilihan utama pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Pebisnis bersaing untuk membuat strategi pemasaran yang berbeda untuk menghadapi tantangan ini. Dalam era global saat ini, peran inovasi yang dimainkan oleh setiap perusahaan berdampak pada setiap layanan yang diberikan kepada pelanggan (Muhamad A, 2023).

Perusahaan retail harus bersaing untuk menghasilkan inovasi baru agar pelanggan tetap setia pada barang yang dipasarkan. Pelanggan yang menikmati layanan yang diberikan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk menilai kualitas layanan. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik dinilai dari sudut pandang pelanggan, bukan dari sudut pandang perusahaan. Meningkatkan kepuasan pelanggan adalah tujuan perusahaan (Rahayu & Wati, 2020).

Kualitas suatu jasa adalah apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan atau konsumen, yaitu sesuai dengan harapan pelanggan atas suatu jasa

dan sesuai dengan yang disampaikan (Oisina & Osidhi, 2018). Mempertahankan keunggulan bersaing, menarik minat pelanggan untuk membeli barang, dan mempertahankan reputasi toko di mata pelanggan adalah salah satu cara ritel minimarket menjaga kualitas pelayanan (*service*) yang baik menyenangkan, ramah, dan berkualitas. Menurut Kotler dan Keller (2008), kepuasan pelanggan adalah tujuan dan sarana perusahaan. Ada beberapa cara untuk menjaga kepuasan pelanggan, salah satunya dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan; semakin tinggi kualitas, semakin tinggi kepuasan pelanggan (Ihsan Mu & Setiawan Slamet, 2019).

Toko ritel memiliki gambaran-gambaran tersendiri yang sebagaimana memengaruhi bagaimana pelanggan melihat layanan dan membantu mereka membuat keputusan saat berbelanja. Seperti toko ritelnya, ialah Alfamart, yang merupakan waralaba PT Sumber Alfaria Trijaya atau lebih dikenal sebagai Alfamart. Dengan moto atau semboyan "Belanja Puas, Harga Pas" dan visi "Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global," Alfamart berupaya

memberikan layanan yang baik, berkualitas, dan kemudahan akses bagi pelanggan/konsumen disaat mana pun mereka berada.

Minimarket Alfamart Mapanget Raya Manado adalah salah satu bisnis yang menghadapi persaingan yang ketat saat ini. Sebagai salah satu minimarket yang ada di kota Manado, ia memiliki strategi dan keunggulan yang beragam. Perusahaan-perusahaan ini harus mengutamakan pelayanan yang baik dan memuaskan pelanggan mereka sebagai bagian dari penentuan strategi mereka (Sinaga, K. 2022).

Namun demikian, pelanggan masih mengeluh tentang pelayanan yang buruk di minimarket Alfamart, termasuk Alfamart Mapanget Raya Manado. Salah satu keluhan yang disampaikan oleh pelanggan adalah karyawan kurang cekatan dalam membantu pelanggan menemukan barang dan jasa yang mereka butuhkan. Minimarket Alfamart Mapanget Raya Manado harus terus memperhatikan ini dengan mempelajari keluhan pelanggan untuk meningkatkan layanan di masa depan. Studi sebelumnya menemukan ketidakkonsistenan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. (Niswatun Nadhifah 2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan

berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. namun penelitian atau studi yang di kemukakan, Fiara dan Fahtira Virdha Noor (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun Rumusan Masalah Adalah Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Minimarket Alfamart Mapanget Raya Manado adalah subjek penelitian ini berdasarkan latar belakang atau permasalahan di atas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Minimarket Alfamart Mapanget Raya Manado.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Untuk bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan, perusahaan harus memberikan layanan kualitas terbaik. Jika kepuasan pelanggan tercapai, hubungan antara bisnis dan pelanggan menjadi lebih baik, pelanggan akan menjadi lebih setia dan membuat rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan. Menurut Arianto (2018), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai

fokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan dan memenuhi harapan pelanggan dengan cepat.

Saat klien berada di perusahaan, kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang diberikan. Kasmir (2017) mengatakan bahwa "kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan", sedangkan Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa "kualitas adalah komponen penting yang harus diperhatikan". Menurut Aria dan Atik (2018), kualitas pelayanan adalah elemen penting yang harus diperhatikan saat memberikan kualitas pelayanan prima karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul jika kualitas pelayanan diberikan dengan baik.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respons emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan barang atau jasa tertentu yang dibeli, toko, atau bahkan pola perilaku, seperti cara belanja dan cara pembeli, serta pasar secara keseluruhan. Proses evaluasi kognitif, yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) tentang sesuatu, tindakan, atau keadaan

tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan, dan hasrat) individu, menyebabkan respons emosional. Danang Sunyoto (2015) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya".

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk berbelanja di suatu tempat adalah kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk cenderung terus membeli dan menggunakan produk tersebut, serta memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengannya. Namun, seperti yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2018), salah satu faktor utama yang membentuk hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Dalam hal kepuasan atau ketidakpuasan, terdiri dari perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan antara kinerja suatu produk dengan keinginan pribadi. Menurut Andi Riyanto (2018), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perbandingan antara kualitas layanan yang diterima pelanggan dan kualitas layanan yang diharapkan. Jika

kualitas layanan yang diterima pelanggan kurang dari yang diharapkan, pelanggan akan tidak puas, dan jika kualitas layanan yang diterima pelanggan lebih tinggi dari yang diharapkan, pelanggan akan puas.

Hipotesis

kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif menunjukkan keberadaan variabel bebas dengan fokus pada satu atau lebih variabel tanpa membandingkan atau mengaitkannya dengan variabel lain (Sugiyono, 2019). Berdasarkan pemahaman ini, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel kualitas pelayanan (X) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) di Alfamart mapanget raya. Berdasarkan rumus slovin, jumlah sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah 84 orang yang menjawab dan kemudian dibulatkan menjadi 90 orang yang menjawab. Untuk mendapatkan sampel yang representatif yang dapat mewakili populasi yang disebutkan di atas, teknik pengambilan sampel secara kebetulan atau

accidental sampling yang berarti setiap orang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dianggap sebagai sampel jika dianggap sesuai sebagai sumber data.

IV. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji Analisis Regresi Linear Sederhana (uji t) dan determinasi koefisien.

Uji Validitas

Tabel. 1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
x.1.1	0,612	0,174	Valid
x.1.2	0,698	0,174	Valid
x.1.3	0,673	0,174	Valid
x.2.1	0,679	0,174	Valid
x.2.2	0,661	0,174	Valid
x.2.3	0,665	0,174	Valid
x.3.1	0,660	0,174	Valid
x.3.2	0,679	0,174	Valid
x.3.3	0,695	0,174	Valid
x.4.1	0,503	0,174	Valid
x.4.2	0,610	0,174	Valid
x.4.3	0,684	0,174	Valid
x.5.1	0,501	0,174	Valid
x.5.2	0,724	0,174	Valid
x.5.3	0,565	0,174	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data primer,

2024

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas bahwa hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan masing-masing tiap butir instrument dapat dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung lebih besar r tabel yaitu 0.174

Tabel 2. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
y.1.1	0,487	0,174	Valid
y.1.2	0,582	0,174	Valid
y.1.3	0,704	0,174	Valid
y.2.1	0,722	0,174	Valid
y.2.2	0,761	0,174	Valid
y.2.3	0,772	0,174	Valid
y.3.1	0,657	0,174	Valid
y.3.2	0,743	0,174	Valid
y.3.3	0,598	0,174	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uji validitas di atas bahwa variabel Kepuasan Pelanggan masing-masing tiap butir instrument dapat dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian. Hal ini dapat dilihat dari nilai r hitung lebih besar r tabel yaitu 0.174

Uji Reabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,898	Reliabel

Kepuasan Pelanggan (Y)	0,847	Reliabel
------------------------	-------	----------

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan Tabel hasil uji reabilitas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari kedua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel atau dapat digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Sederhana (uji t)

Analisis regresi linear sederhana memiliki tujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh dari variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat ada dependen. Adapun variabel bebas atau independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan variabel terikat atau dependen adalah kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil analisis regresi sederhana dalam penelitian ini.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.224	2.271		2.740	.007
	xtotal	.500	.035	.837	14.376	.000

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2024

Uji hipotesis

Tabel 4 Hasil Uji t

Melalui Tabel 4.8 hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 6,224 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,500. Berdasarkan koefisien persamaan regresi linear sederhana nilai konstanta 6,224 menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan nol atau tetap maka peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 622,4%. Variabel kualitas pelayanan sebesar 0,500 ini berarti jika setiap peningkatan nilai kualitas pelayanan (x) sebanyak 1%, maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) juga akan naik sebesar 0.500.

Tabel 4 juga menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan minimarket Alfamart Mapanget Raya Manado.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu uji statistika yang memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.698	1.947
a. Predictors: (Constant), xtotal				
b. Dependent Variable: ytotal				

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi di atas, didapati hasil koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,701. Hal tersebut memiliki arti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 70,1% terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di minimarket Alfamart Mapanget Raya ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari Faraswati Jewahan (2022) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Alfamart kota sorong dan Mahira, Hadi, dan Nastiti (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome” yang menemukan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat juga, lebih lanjut lagi dijelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang besar dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya juga yang dilakukan oleh Nanincova (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Pelanggan Noach Cafe and Bistro” mendukung hasil penelitian ini dimana penelitian tersebut menghasilkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga menemukan melalui uji determinasi dimana terdapat hasil koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,701. Hal tersebut memiliki arti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 70,1% terhadap variabel kepuasan pelanggan sedangkan sisanya yaitu 29,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil ini memiliki angka yang lebih besar daripada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan, Qomariah, dan Hermawan (2019) yang memiliki hasil bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 59,2% saja terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan yaitu kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan diterima.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Minimarket Alfamart

Mapanget Raya Manado” dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di minimarket Alfamart Mapanget Raya Manado. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun dalam penelitian ini didapati koefisien determinasi sebesar 0,701 yang dimana memiliki arti bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh 70,1% terhadap variabel kepuasan pelanggan, sedangkan 29,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, M., & Atik, I. L. (2018). Tata kelola administrasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan administrasi PT. BAM. *Jurnal Insitusi Politenik Ganesha Medan*.
- Dantes, N. (2014). Korelasi konsep diri dan sikap religiusitas terhadap kecenderungan perilaku menyimpang dikalangan siswa pada kelas XI SMA Negeri 4 Singaraja tahun ajaran 2013/2014. *Jurnal*

- Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha, 2(1).
- Fahtira, V. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pt herba penawar alwahida indonesia (studi pada alfatih business center II HPAI Kota Bengkulu) (Doctoral dissertation, IAIN BENGKULU).
- Ghozali, M. (2018). Analisis sistem lembaga keuangan syariah Dan lembaga keuangan konvensional. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 14(1), 19-21.
- Ihsan Mu, ab, & Setiawan Slamet, A. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada coffee shop di kota bogor) the effect of product quality and service quality on costumer satisfaction (a case study of coffee shops in bogor city). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 10(2), 118–132. www.databook.kadata.co.id
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan. unitomo press.
- Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliaty (2016), “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang bandung”, *Jurnal Manajemen*, Vol.11 No.02,
- Wulandari, N. M. R., & Nurcahya, I. K. (2015). pengaruh celebrity endorser, brand image, brand trust terhadap keputusan pembelian clear shampoo di kota denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Yuriansyah, A. L. (2013). Persepsi tentang kualitas pelayanan, nilai produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 2(1).

