

Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam

Vol.6 No.2(2020) Hal. 134-142 ISSN (Print): 2460-5956 ISSN (Online): 2548-5911

DOI: <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.360>

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA ALFAMART DI DESA KARANGBONG KECAMATAN PAJARAKAN)

Hayatul Millah¹, Hamdiah Suryana²

Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo

gomaruzzamanm8@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of employee service quality on consumer satisfaction Alfamart Karangbong Village, Pajarakan District. This type of research is quantitative descriptive research, quantitative descriptive research is a method that explains or analyzes a problem from a data based on the calculation of numbers with statistical analysis of research results. The data analysis method used in this study is a simple linear regression analysis. The quality of employee services has a positive and significant effect on customer satisfaction with Alfamart Karangbong Pajarakan.

Keyword: *Quality of Service, Consumer Satisfaction, Alfamart*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan karyawan terhadap kepuasan konsumen Desa Alfamart Karangbong, Kecamatan Pajarakan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang menjelaskan atau menganalisis suatu masalah dari suatu data berdasarkan perhitungan angka dengan analisis statistik hasil penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Kualitas layanan karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan Alfamart Karangbong Pajarakan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Alfamart

A. PENDAHULUAN

Suatu perusahaan jika tidak mampu menyusun strategi bisnis dan strategi pemasaran dengan tepat, maka akan mengalami kekalahan dalam bersaing dimana strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan usaha, untuk berkembang dan memperoleh keuntungan. Salah satu aspek penting dalam pemasaran adalah mendorong calon konsumen untuk membeli. Sehingga perusahaan dapat menciptakan *customer value* yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing-pesaing yang lain, hal itu dilakukan dalam upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan ialah suatu tolak ukur untuk mengetahui tingkat kebutuhan, keinginan dan harapan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan konsumen terhadap perusahaan yang menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan pangannya atau kebutuhan sehari-hari. Perusahaan juga melakukan beberapa cara atau strategi untuk membentuk kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik. Kepuasan konsumen dapat menciptakan atau membuat loyalitas dan kesetiaan konsumen terhadap perusahaan dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap setiap konsumen.

Kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya. Sejauh mana kemampuan perusahaan melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggan secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis.

Beberapa pengusaha di Indonesia memiliki beberapa merek minimarket diantaranya adalah Alfamart dan Indomaret, persaingan diantara keduanya memiliki persaingan yang ketat. Alfamart dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya. Sedangkan Indomaret atau PT. Indomarco Prismatico, merupakan salah satu anak perusahaan Salim Group. Alfamart merupakan pertokoan yang menyediakan barang atau kebutuhan sehari-hari.¹

Alfamart didirikan pada tahun 1989, berdiri sebagai perusahaan dagang aneka produk oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada perusahaan perseroan PT. HM Sampoerna pada bulan desember di tahun 1989. Pada tahun 1994, struktur kepemilikan berubah menjadi 30% PT Sigmantara Alfindo (keluarga Djoko Susanto) dan 70 % PT

¹<http://makassar.tribunnews.com/2019/01/14/tribun-wiki-sejarah-alfamart-di-indonesia-serta-beberapa-lokasinya-di-makassar>

Sampoerna Tbk. Alfa Minimart pertama beroperasi pada tahun 1999, di Jl. Beringin Jaya, Karawaci, Tangerang, Banten.² Setelah itu alfamart menyebar di kota-kota besar Indonesia seperti di Jakarta, Bogor, Depok, Lampung, Bekasi, Bali dan Jawa.³

Salah satu gerai Alfamart yang tersebar di daerah Jawa salah satunya adalah di Jawa Timur, yang terletak di kota Probolinggo. Lebih tepatnya di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran Jl. Condong, yang memiliki konsumen kurang lebih dari 120 konsumen perhari. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian mendalam mengenai aspek pelayanan yang menjadi *selling value* pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Kita percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah usaha.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran)**.

1. LANDASAN TEORI

Pengertian Kualitas Pelayanan Karyawan

Definisi kualitas pelayanan menurut J. Supranto adalah "sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik". Definisi pelayanan menurut Gronroos adalah "suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen". Menurut Wyckup kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan suatu perusahaan untuk memenuhi keinginan atau harapan konsumen. Menurut Berry dalam Nasution, jasa memiliki empat karakteristik utama, yaitu tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisah (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan mudah lenyap (*perishability*).⁴ Dari definisi tokoh-tokoh di atas kualitas pelayanan jasa dapat diartikan sebagai sebuah pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau

² <http://yes-sejarah.blogspot.com/2017/05/sejarah-dan-profil-pt-sumber-alfaria.html>

³ <http://blog.alfamartku.com/2016/10/13/sejarah-singkat-dan-alamat-alfamart-di-seluruh-indonesia>

⁴ Lie Darwin, Efendi, Dan Andy Wijaya. 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematang Siantar*. Jurnal Manajemen. Vol. 3, No. 1

organisasi yang bersifat kasat mata, untuk memberikan kepuasan dan pelayanan yang baik kepada para konsumen atau pelanggan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan berkaitan dengan mutu dengan kata lain (TQM) *total quality management*, yaitu program yang dirancang untuk memperbaiki mutu produk, jasa dan proses pemasaran secara terus-menerus.⁵ Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan apa yang diharapkan pelanggan dengan kenyataan yang diterimanya.

Menurut Philip Kotler mendefinisikan kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁶ Zeithaml dalam bukunya Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari persepsi nilai penawaran dan harapan, pelanggan yang sangat puas atau senang akan memiliki loyalitas yang tinggi dan ikatan emosional terhadap mereknya. Sedangkan definisi kepuasan pelanggan yang dirumuskan Richard Oliver kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkatkenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.⁷

Dapat di definisikan dari pengertian diatas kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau puas dalam pelayanan yang didapat dari kinerja produk perusahaan atau organisasi.

B. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang menjelaskan atau menganalisis suatu permasalahan dari suatu data berdasarkan perhitungan angka-angka dengan

⁵Purwaningsih, endang dan nurul huda, dkk. *UMKM Aspek Hukum dan Manajemen Pemasaran*. Malang: Empat dua. 2018

⁶ ibid. hal 162

⁷<http://e-journal.uajy.ac.id/8729/3/2EM19191>

analisis statistik dari hasil penelitian.⁸ Dimana dalam penelitian ini menjelaskan dan menggambarkan kinerja karyawan Alfamart dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan, yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam pelayanan kinerja dari karyawan perusahaan atau organisasi yang bersangkutan.

1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas abyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.⁹ Pengertian populasi menurut Husein Umar adalah : “populasi diartikan sebagai kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁰ Bila jumlah populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Adapun pengertian sampel menurut Husein Umar adalah bagian dari populasi. Menurut karyawan alfamart jumlah rata-rata pengunjung atau konsumen perhari kurang lebih 120 orang. Penulis menggunakan angka ini sebagai jumlah populasi konsumen di Alfamart. Kemudian untuk menghitung sampel yang dibutuhkan dapat ditentukan dengan rumus yang di kemukakan oleh Slovin yang dikutip oleh Husein Umar. Rumus Slovin digunakan ketika populasi sudah diketahui, sehingga dapat menentukan banyaknya sampel yang akan digunakan dalam penelitian tersebut.

Rumus :

$$n = N / (1 + N.e^2)$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelogaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Penulis menggunakan 5%.

$$n = 120 / (1 + 120 \times 0,05 \times 0,05)$$

$$n = 120 / 1,5$$

$$n = 80^3$$

⁸Dr. Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016),

⁹ *Ibid.*, hal 80

¹⁰ *Ibid.*, hal 81

Dalam penelitian ini sampel yang diambil dari populasi sebanyak 80 orang atau respondent.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (R²) yang di uji dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.1 Uji Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.607	.602	.44773

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dari hasil pengujian determinasi (R²) di atas menunjukkan nilai R Square atau koefisien determinasi diperoleh adalah 0,607 (60,7%) yang dapat ditafsirkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki kontribusi atau variasi sebesar 60,7% terhadap kepuasan konsumen (Y) dan 39,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

b. Uji t (uji parsial)

Uji t ditujukan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen dan variabel dependen. Hasil pengujian persial (Uji t) pada masing-masing variabel, bisa dilihat pada tabel di bawah ini. Tabel 5.2 Hasil Uji Parsial

Tabel 5.2 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.020	.328		.061	.952
Kualitas Pelayanan	.962	.088	.779	10.970	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

c. Nilai t_{hitung} untuk kualitas pelayanan (X) adalah 10,970 dengan sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,970 > 1,667$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

D. KESIMPULAN

Kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Alfamart Karangbong Pajajaran yang mendominasi atau mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Arif Ferdian. 2018. *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Persepektif Islam* (Skripsi). Lampung (ID): Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Manurug, Parasian. 2017. *Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Ulang Di Alfamart Dan Indomaret* (Skripsi). Lampung (ID): Universitas Lampung.
- Purwaningsih, Endang. Nurul Huda dkk. *UMKM Aspek Hukum dan Manajemen Pemasaran*. Malang: Empat Dua.2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Surbakti, Paris Sepaka. Darwin Lie dkk. 2017. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt.Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematang Siantar*. Jurnal Manajemen. Vol. 3, No. 1.
- Susanti, Deery Anzar. 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan Dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syari'ah* (Skripsi). Medan (ID): Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.
- Andang, Susanto. *Statistik untuk Ekonomi dan Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Zafira. 2014. *Analisis Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Lion Air Dibandar Udara di Mutiara SIS Al-Jufri* (Skripsi). Malang (ID): Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- <http://yes-sejarah.blogspot.com/2017/05/sejarah-dan-profil-pt-sumberalfaria.html>.
diunduh tanggal 25 April 2019