**PENGARUH PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN INDOMARET SUKAWATI KABUPATEN
GIANYAR**

Ni Luh Bella Citra Dewi
Ni Ketut Murdani
Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati
Universitas Mahendradatta Bali
Jalan Ken Arok No. 10-12, Denpasar-Bali

ABSTRAK

Penelitian dengan judul "Pengaruh Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Sukawati Kabupaten Gianyar" bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Cabang Celuk Sukawati Gianyar, baik secara persial maupun simultan.

Teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner juga metode observasi, studi kepustakaan dan wawancara. Teknik analisis dengan uji regresi linier berganda, F-test, t-test, dan uji determinasi. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden.

Hasil penelitian dari Pengaruh Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Sukawati Kabupaten Gianyar adalah Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada minimarket Indomaret Cabang Jalan Raya Celuk Sukawati Kabupaten Gianyar.

Kata Kunci: Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The study entitled "The Effect of Product Quality and Service on Indomaret Sukawati Customer Satisfaction in Gianyar Regency" aims to determine the significant effect of service and product quality on customer satisfaction at Indomaret Celuk Sukawati Branch, Gianyar, both on a persial and simultaneous basis.

Data collection techniques using questionnaires as well as methods of observation, literature study and interviews. Analysis technique with multiple

linear regression test, F-test, t-test, and determination test. In determining the sample the researcher uses purposive sampling technique with a total sample of 70 respondents.

The results of the Influence of Product Quality and Service on Indomaret Sukawati's Customer Satisfaction in Gianyar Regency are Services that have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, so it can be concluded that Service and Product Quality variables have a significant effect on Customer Satisfaction Indomaret minimarket, Jalan Raya Celuk Sukawati, Gianyar Regency.

Keywords: Service, Product Quality and Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Kegiatan dunia usaha seperti minimarket sudah menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik bagi masyarakat, sehingga, tidaklah mengherankan orang-orang langsung tertarik pada model toko ini. Seiring dengan berkembangnya usaha bisnis dan perdagangan di Indonesia, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern, bisnis eceran atau yang biasanya disebut pedagang eceran, semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai macam pusat perbelanjaan eceran dengan beraneka model seperti Minimarket, Supermarket, dan Hypermarket terus bermunculan dengan berbagai macam bentuk dan ukuran yang mencakup wilayah pedesaan maupun perkotaan seperti di daerah Celuk Sukawati Gianyar. Model minimarket seperti ini sudah

menjamur menawarkan berbagai hal yang menarik dan dipilih untuk dijadikan bahan penelitian. Kunci segala keberhasilan dalam sistem perbelanjaan seperti ini adalah bahwasanya konsumen akan merasa tidak puas jika suatu jasa atau barang tidak sesuai harapan, namun sebaiknya konsumen akan merasa puas jika suatu jasa atau produk sesuai harapan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minimarket Indomaret Jalan Raya Celuk Sukawati Gianyar.

2. Landasan Teori

Kualitas pelayanan dapat diartikan pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan (Rangkuti, 2002:202). Sedangkan yang dimaksud pelayanan menurut Fandy Tjiptono

(2000:58-59), adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Kepuasan konsumen dapat dicari apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapat pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik.

Menurut Foster (2008: 53), pelayanan kepada konsumen dilakukan pedagang eceran untuk memberikan kemudahan kepada konsumen potensial dalam berbelanja atau mengenal tempat barang/jasa yang disediakan, kemudahan pelaksanaan transaksi pada saat konsumen berusaha melakukan pembelian, dan kepuasan pelanggan terhadap jasa atau barang setelah transaksi.

Kualitas pelayanan dimana konsumen puas akan pelayanan yang diberikan, emosional, harga yang dapat dijangkau, biaya yang dikeluarkan tidak seberapa dengan produk yang di dapatkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang di inginkan. Indomaret sebagai pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai jenis produk dituntut untuk memperhatikan promosi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang sudah melakukan pembelian sehingga konsumen melakukan keputusan untuk pembelian ulang ke Indomaret, dan disamping itu menjadi hal yang penting bagi

Indomaret menghadapi daya saing dengan jenis pasar lainnya.

Menurut Laksana (2008 : 67) kualitas produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Sedangkan menurut Deming (1982) kualitas produk adalah kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar dan konsumen. Sehingga dari penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi kepuasan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah. Sehingga perubahan dan perbaikan kualitas kearah yang lebih baik dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang diciptakan menghasilkan standar yang telah ditetapkan agar konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Kualitas merupakan factor yang terdapat dalam suatu produk yang menyebabkan produk tersebut bernilai sesuai dengan maksud untuk apa produk itu diproduksi.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pembeli

terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Dalam kesempatan ini, dengan adanya harga yang pas dan sangat terjangkau serta tersediaan tempat parkir dan tempat tunggu yang nyaman dan aman, dan banyaknya barang yang dijual dengan harga diskon serta didukung kesopanan dan keramahan tamahan karyawan dalam melayani konsumen dan apabila konsumen tersebut mengalami kesulitan, sehingga akan memenuhi tuntutan kepuasan konsumen yang ada.

Kepuasan pelanggan menjadi tujuan yang penting tetapi tidak cukup hanya puas saja, dalam pasar yang demikian kompetitif karena kepuasan pelanggan hanya merupakan

prediksi lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Untuk itu perusahaan harus memfokuskan diri pada cara untuk mempertahankan pelanggan, membidik kesetiaan dan komitmen pelanggan sejati (loyal) karena pelanggan loyal akan membayar 7% sampai 10% lebih banyak ketimbang pelanggan yang tidak loyal.

B. METODE PENELITIAN

1. Kerangka Pemikiran

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dan diharapkan terhadap setiap konsumen. Untuk dapat mencapai kepuasan konsumen yang sangat diharapkan, maka dibutuhkan pengolaan Pelayanan dan Kualitas Produk yang baik. Hal tersebut dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran, seperti pada gambar berikut ini :

Gambar 1
Kerangka Pemikiran
Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan
di Minimarket Indomaret

Keterangan :

—————→ : Simultan
 -----→ : Parsial

2. Populasi dan Sampel Penelitian
 Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyanto, 2008:115). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret Jalan Raya Celuk Sukawati Gianyar yang melakukan pembelian pada bulan Juni 2018.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan insidental sampling atau kebetulan karena populasi sampelnya merupakan non probability sampling dengan kata lain tidak ada sampel bisa diambil untuk dilakukan acak.

3. Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : wawancara, observasi, studi dokumen, dan kuisioner.

Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperoleh terkumpul dilakukan analisis kuantitatif dengan mempergunakan alat analisis statistik untuk menganalisis data yang bersifat bilangan atau disebut data kuantitatif.

C. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil tabulasi data yang diperoleh melalui kuesioner yang telah disebarkan kepada 70 orang responden yang merupakan pelanggan Minimarket Indomaret, data penelitian untuk variabel pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y) nampak seperti Tabel 1 berikut :

Tabel 1
Rekapitulasi Hasil Analisis Statistik Antara Pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Minimarket Indomaret

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>	t-hitung	Signifikan t
Konstanta	6,201	-	-
Pelayanan (X_1)	0,378	2,996	0,004
Kualitas Produk (X_2)	0,331	2,639	0,010
R	= 0,662		
R ²	= 0,438		
F-hitung	= 26,155		
Signifikan F	= 0,000		

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh persamaan regresi linier berganda : $\hat{Y} = 6,201 + 0,378 X_1 + 0,331 X_2$. Persamaan regresi ini menunjukkan ada pengaruh yang positif dan simultan antara pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Minimarket Indomaret. Koefisien regresi yang bertanda positif berarti ada pengaruh yang searah, dimana pelayanan dan kualitas produk meningkat, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

D. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minimarket Indomaret
Hasil analisis diperoleh t-hitung $2,996 > 2,000$ dan sig. $t = 0,004 < 0,05$ atau . Ini menunjukan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara parsial.
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Minimarket Indomaret
Hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 1 di atas, menyatakan kualitas produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Minimarket Indomaret diterima dan dapat dibuktikan.
3. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai *R square* diperoleh sebesar 0,438 atau 43,8%. Dapat diartikan bahwa 43,8% variabel kepuasa pelanggan pada minimarket Indomaret dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel pelayanan dan kualitas produk, sedangkan sisanya 56,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain

yang berada diluar penelitian yang tidak diteliti oleh peneliti.

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta pengujian hipotesis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung variabel Pelayanan sebesar 2,996 lebih besar dari t tabel 2,000. Pengaruh yang positif mengindikasikan bahwa persepsi masyarakat yang semakin baik pada Pelayanan di Indomaret Sukawati Gianyar dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Indomaret Sukawati Gianyar.

Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret Sukawati Gianyar, hal ini dibuktikan dengan t hitung variabel Kualitas Produk sebesar 2,639 lebih besar dari t tabel 2,000. Pengaruh yang positif mengindikasikan bahwa persepsi masyarakat yang semakin baik pada Kualitas Produk mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Indomaret Sukawati Gianyar.

Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan variabel Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada minimarket Indomaret Sukawati Gianyar, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 26.155 lebih besar dari nilai F.

Dari penjabaran hasil penelitian seperti di atas, maka penulis dapat memberikan masukan sebagai berikut.

Agar Karyawan Indomaret tetap dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, maka pelanggan akan senantiasa untuk datang kembali berbelanja kebutuhannya pada minimarket.

Kepada Manajemen Indomaret Cabang Celuk Sukawati Gianyar, agar parkir diperluas supaya pelanggan yang menggunakan kendaraan bermobil tidak susah untuk memarkir mobilnya, agar tidak parkir dipinggir jalan.

Melakukan promosi secara terus menerus melalui media cetak, guna membuat pelanggan tertarik untuk datang berbelanja pada minimarket Indomaret.

Karyawan agar selalu dapat menawarkan bantuan kepada pelanggan yang datang dengan menanyakan apa yang pelanggan butuhkan dan karyawan dapat menunjukkan tempat produk yang pelanggan inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Durri, dkk. 2012. *Metode Penelitian*. Tangerang Selatan : Universitas Terbuka.
- Astuti, Dwi Alwi. 2006. *Studi Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamart Tipe 45 di Wilayah Jakarta Timur Tahun 2006*. Skripsi, tidak diterbitkan. Sekolah Tinggi Ilmu Statistik, Jakarta
- Basu Swastha, 2009, *Manajemen Penjualan*. Edisi Ketiga, Cetakan Keenam, Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

- Kotler, P & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K. L. 2012. *Marketing Manajemen*. Edisi 14. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia Erlangga.
- Mursid, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Bumi Aksara
- Ramlan, Asep. 2011. *Bauran Penjualan Pada Perusahaan Ritel Barang Kebutuhan Sehari-Hari*. Makalah, tidak diterbitkan. Universitas Al-Ghiifari, Bandung.
- Shara, Siti Fitria. 2017. *Pelaksanaan Promosi Melalui Media Cetak Brosur Pada Obyek Wisata Balai Kerapatan Tinggi Kabupaten Siak*. JOM FISIP Vol. 4 No.2 – Oktober 2017
- Simamora, Bilson, 2003. *Panduan Riset perilaku Konsumen*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*, Cetakan ke-4. Yogyakarta: C. V Andi Offset.