

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan

M. Sholehuddin
Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan
Pasuruan, Indonesia

m.sholehuddin711@gmail.com

*Penulis Korespondensi

Diajukan : 07/08/2024

Diterima : 01/10/2024

Dipublikasi : 09/10/2024

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan. Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode survei yakni dengan menyebarkan kuesioner (angket) terhadap 30 orang responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan *Software* SPSS 27 sebagai uji hipotesis. Pengukuran variabel menggunakan skala likert yang mana pada penerapannya dapat dipilih diantara sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Numbasmart

I. PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis retail yang semakin ketat, perusahaan harus selalu fokus terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Mereka harus berusaha untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik daripada pesaing. Hanya perusahaan yang unggul yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati & Wahyuddin, 2004). Peningkatan kualitas pelayanan menjadi salah satu strategi pemasaran yang dikedepankan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, tentu pelanggan akan semakin puas (Sholeha et al., 2018). Setiap perusahaan diharapkan untuk membuat pelanggan merasa terpenuhi dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat bahwa perusahaan harus memiliki pilihan untuk mengikuti posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat ini (Areros, 2007).

Dengan mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, perusahaan dapat memperoleh banyak keuntungan, seperti mengurangi sensitivitas harga, meningkatkan loyalitas pelanggan, menurunkan biaya kegagalan pemasaran, dan menurunkan biaya operasional yang terkait dengan peningkatan jumlah pelanggan, dan meningkatkan efektivitas (Fornell dalam Anasrulloh, 2017). Salah satu contoh perusahaan yang telah mengimplementasikan konsep kepuasan pelanggan adalah toko Numbasmart di Kabupaten Pasuruan. Sebagai toko yang menyediakan berbagai macam produk serba ada, Numbasmart tidak hanya berfokus pada penyediaan produk, tetapi juga berupaya untuk menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi pelanggan melalui berbagai inisiatif, seperti memberikan pelatihan kepada karyawan, menyediakan fasilitas yang lengkap, dan menerapkan program loyalitas pelanggan. Melalui pelatihan yang intensif, karyawan Numbasmart mampu memberikan pelayanan yang baik, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang. Dengan demikian,

perusahaan tidak hanya dapat mempertahankan dan meningkatkan keuntungan saja, tetapi juga dapat mempertahankan eksistensinya dalam perusahaan. (Putri & Irawanto, 2013).

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen atau kualitas pelayanan (X) mempengaruhi terhadap tingkat variabel dependen atau kepuasan pelanggan (Y) pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan.

II. STUDI LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml yang dikutip (Japariato et al., 2007) mendefinisikan “penilaian pelanggan tentang keunggulan atau superioritas layanan secara keseluruhan”. Sedangkan menurut pendapat (Tjiptono yang dikutip Prihandoyo, 2019) kualitas pelayanan merupakan upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta keakuratan dalam menyesuaikan asumsi untuk pelanggan. Dapat disimpulkan dari beberapa pengertian diatas bahwa kualitas pelayanan adalah sebuah konsep yang multidimensi dan berpusat pada pelanggan.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan pada umumnya tidak ditemukan dalam perkembangan diskrit, melainkan dalam total dimana aspek individual dikonsolidasikan untuk mendapatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Menurut (Zeithaml et al., 2010) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan diantaranya :

1. Bentuk fisik, yang mencakup hal-hal seperti bagaimana bangunan dan ruangan diletakkan, apakah parkir tersedia, seberapa bersih, luas dan nyaman, apakah peralatan komunikasi disediakan dan bagaimana karyawan terlihat.
2. Keandalan, kemampuan untuk mengomunikasikan administrasi berdasarkan komitmen, misalnya, memberikan data yang akurat, membantu mengatasi masalah, dan menyampaikan administrasi secara andal.
3. Daya tanggap atau keinginan penyedia layanan untuk membantu komunitas dan memberikan layanan yang cepat dan responsif, termasuk kewajiban dalam menangani masalah dan penyelesaian keluhan dengan cepat.
4. Jaminan mencakup pengetahuan yang akurat dan berkualitas tinggi tentang penyedia layanan masyarakat, perhotelan, pelayanan, keterampilan berbagi informasi, kemampuan memberikan keamanan, dan kemampuan membangun kepercayaan masyarakat.
5. Empati, yaitu perhatian individu dari penyedia layanan terhadap masyarakat.

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Sangadji, 2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan kecewa serta kepuasan masing-masing individu dibandingkan dengan kesan yang diberikan pelanggan tentang kinerja produk atau layanan, serta kinerja sebenarnya yang diharapkan. Sedangkan menurut (Fandy, T., Chandra, G., & Andriana, 2012) Kepuasan pelanggan adalah derajat sentimen yang dimiliki individu setelah melihat presentasi (hasil) yang mereka rasakan dengan asumsi mereka.

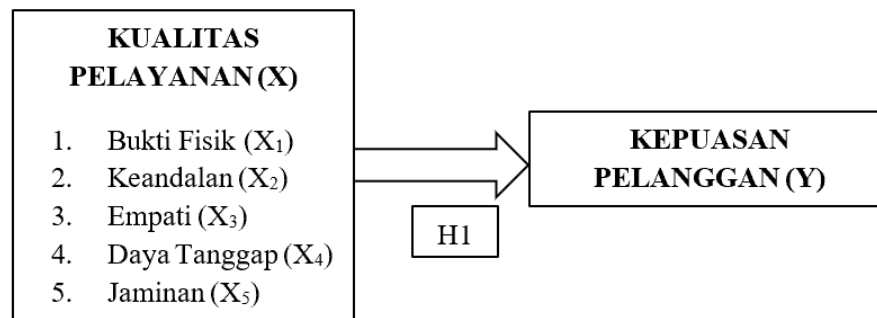
Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas apabila pengalaman yang didapatkan sesuai atau melebihi harapan, dan merasa tidak puas apabila pengalaman yang didapatkan tidak sesuai harapan.

III. METODE

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif yang digunakan melalui pendekatan deskriptif, data yang diperoleh yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) melalui google form. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah berbelanja di Numbasmart Kabupaten Pasuruan, dengan sampel sebanyak 30 responden.

Pengukuran variabel tersebut menggunakan skala likert yang mana pada penerapannya menggunakan opsi jawaban 1-5 yang dapat dipilih diantara sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Pengujian yang dilakukan adalah dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, analisis linear sederhana dan uji t serta uji determinasi (R^2). Sedangkan prosedur yang digunakan adalah melalui perangkat SPSS versi 27.

Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada NUmbsmart di Kabupaten Pasuruan

H_1 : Terdapat Pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada NUmbsmart di Kabupaten Pasuruan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Deskripsi ini adalah gambaran keseluruhan responden berdasarkan jenis kelamin dan usia. Total 30 responden diperoleh dan diketahui dari penyebaran kuesioner.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	15	50 %
Perempuan	15	50 %
Jumlah	30	100 %

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Tabel 1 menunjukkan kualitas dalam hal jenis kelamin. Sebanyak 15 (50%) responden adalah laki-laki dan 15 (50%) responden yang berbeda adalah perempuan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan seimbang antara laki-laki dan perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
17 Tahun	1	3.3 %
18 Tahun	2	6.7 %
19 Tahun	4	13.3 %
20 Tahun	11	36.7 %
21 Tahun	10	33.3 %
22 Tahun	2	6.7 %
Jumlah	30	100 %

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Tabel 2 menunjukkan kualitas responden berdasarkan usia. Total 1 (3.3%) responden

berusia 17 tahun. Sementara itu, 2 (6.7%) responden berusia 18 tahun. Responden yang berusia 19 adalah sebanyak 4 (13.3%). 11 (36.7%) responden yang berusia 20 tahun dan 10 (33.3%) responden berusia 21 tahun, serta sebanyak 2 (6.7%) responden berusia 22 tahun. Disimpulkan bahwa pelanggan di NUmbasmart Kabupaten Pasuruan didominasi oleh usia 20 tahun.

Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel terlampir :

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1	0.638	0.3610	Valid
	X2	0.667	0.3610	Valid
	X3	0.460	0.3610	Valid
	X4	0.816	0.3610	Valid
	X5	0.665	0.3610	Valid
	X6	0.698	0.3610	Valid
	X7	0.766	0.3610	Valid
	X8	0.689	0.3610	Valid
	X9	0.751	0.3610	Valid
	X10	0.686	0.3610	Valid
	X11	0.687	0.3610	Valid
	X12	0.656	0.3610	Valid
	X13	0.722	0.3610	Valid
	X14	0.689	0.3610	Valid
	X15	0.707	0.3610	Valid
	X16	0.743	0.3610	Valid
	X17	0.623	0.3610	Valid
	X18	0.812	0.3610	Valid
	X19	0.616	0.3610	Valid
	X20	0.750	0.3610	Valid
	X21	0.710	0.3610	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0.850	0.3610	Valid
	Y2	0.810	0.3610	Valid
	Y3	0.821	0.3610	Valid
	Y4	0.881	0.3610	Valid

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi R_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari nilai R_{tabel} (0.3610), maka dapat diasumsikan bahwa seluruh artikulasi dalam survei diumumkan substansial atau valid.

Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel terlampir :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	N of items
Kualitas Pelayanan (X)	0.943	21
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.861	4

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Dapat disimpulkan dari tabel hasil Uji Reliabilitas bahwa pernyataan kuesioner tersebut dianggap *Reliabel*. Berdasarkan angka dalam Uji Reliabilitas yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60.

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk memutuskan apakah informasi itu disesuaikan secara

normal atau tidak, pemeriksaan parametrik seperti regresi linear mengharapkan bahwa informasi itu harus berdistribusi normal (Nikmah & Ar-Rasyid, 2019). Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan kriteria dibawah ini :

1. Jika nilai signifikansi > 0,05, nilai sisanya biasanya berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi < 0.05, niali sisanya biasanya Tidak Berdistribusi Normal

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kualitas Pelayanan (X)	.130	30	.200*	.974	30	.656
Kepuasan Pelanggan (Y)	.192	30	.006	.949	30	.162

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi dari kualitas pelayanan (X) adalah 0.656 dan nilai signifikansi dari kepuasan pelanggan (Y) adalah 0.162 > 0.05, maka dapat disimpulkan nilai residual dikatakan *berdistribusi normal*.

Analisis Linear Sederhana

Untuk menguji dampak dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dilakukan uji regresi linier sederhana (Lubis, 2018). Dengan melibatkan persamaan regresi linear sederhana dibawah ini :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat/kepuasan pelanggan
- a = Konstanta (nilai tetap)
- b = Koefisien regresi
- X = Variabel bebas/kualitas pelayanan

Tabel 6. Hasil Analisis Linear Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.877	1.716		.511	.613
	Kualitas Pelayanan (X)	.183	.021	.856	8.748	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Dari hasil perhitungan diatas, maka diperoleh persamaan regresinya :

$$Y = 0.877 + 0.183X$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konsisten 0.877 memiliki maksud bahwa, jika variabel Kualitas Palayanan (X) dan variabel *Kepuasan Pelanggan* (Y) sama dengan nol, maka variabel *Kepuasan pelanggan* akan tetap menjadi 0.877.
2. Tingkat koefisien regresi β adalah 0.183, dalam penelitian ini dapat dihitung bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memilki dampak positif dengan kepuasan pelanggan (Y). Dalam situasi ini, ketika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebanyak satu satuan,

maka kepuasan pelanggan pada NUmbasmart di Kabupaten Pasuruan akan bertambah sebanyak 0.183.

Uji T

Untuk mengetahui signifikan tidaknya variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan (Yuliarmi, 2007) pada NUmbasmart di Kabupaten Pasuruan, digunakan uji t (t-test).

Tabel 7. Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.877	1.716		.511	.613
Kualitas Pelayanan (X)	.183	.021	.856	8.748	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas, menunjukkan nilai t_{hitung} 8.748 sementara t_{tabel} ($n-k = 30-1 = 29$) adalah 1.699 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih rendah dari 0,05. Dengan t_{hitung} lebih tinggi dari t_{tabel} ($8.748 > 1.699$) yang berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi dengan hasil ini dapat disimpulkan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan yang diberikan pada NUmbasmart di Kabupaten Pasuruan.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel terlampir :

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.723	1.195

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

Sumber : Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, kepuasan pelanggan dapat dirasakan pada tingkat yang erat dan positif. Hal itu dapat diketahui dari nilai regresi korelasi yaitu 0.856. Sementara hasil koefisien determinasi (R^2) adalah 0.732 (73.2%). Sehingga dapat dikatakan bahwa 73.2% variasi variabel kualitas pelayanan pada model dapat menjelaskan kepuasan pelanggan sedangkan sisanya sebesar 26.8% dijelaskan variabel lain diluar model regresi.

V. KESIMPULAN

Mengingat hasil eksplorasi dan pemaparan yang telah digambarkan, dapat diasumsikan bahwa, kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan. Hal ini didasarkan pada hasil dari nilai t_{hitung} sebesar 8.748 sedangkan t_{tabel} sebesar 2.052 dengan nilai sig 0,000 lebih rendah dari 0,05. Dengan perolehan t_{hitung} lebih tinggi dari t_{tabel} ($8.748 > 1,991$). Sedangkan pada uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R square sebesar 0.732 atau 73.2% yang menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 73.2% dan 26.8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model regresi.

VI. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan jurnal ini dapat diselesaikan dan saya mengucapkan banyak

terimakasih kepada orang tua tercinta yang selalu mendukung dalam menyelesaikan penelitian ini.

VII. REFERENSI

- Anasrulloh, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ritel DH Mart Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 6(3), 5–9.
- Areros, W. A. (2007). *Jurnal administrasi bisnis*. 1–8.
- Atmawati, R., & Wahyuddin, M. (2004). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store di Solo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5(1), 54–61.
- Fandy, T., Chandra, G., & Andriana, D. (2012). *Pemasaran Strategik* (Andi (ed.)).
- Japarianto, E., Laksmono, P., & Khomariyah, N. A. (2007). Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 34–42. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.1.34-42>
- Lubis, M. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(2), 77–85. <https://doi.org/10.31846/jae.v1i2.46>
- Nikmah, & Ar-Rasyid, G. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Divisi Local Government Service PT. Telkom Indonesia, Kebon Sirih Jakarta). *Jurnal Manajemen FEB-UB*, 7(1), 47–67.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Putri, L. P., & Irawanto, D. W. (2013). Pengaruh Pelatihan Kerja terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan PDAM Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(2), 1–11. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1296>
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta (ed.)).
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Yuliarmi, N. N. & P. R. (2007). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN PDAM KOTA DENPASAR Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa*. 12.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). *Services Marketing Strategy*. Wiley *International Encyclopedia of Marketing*, December 2017. <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem01055>