

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI AMUNTAI HULU SUNGAI UTARA**

**(Studi Kasus Toko Kosmetik Nabil)**

**Oleh:**

**Eka Santi Agustina**

**Muslimah**

***Abstract***

*This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction in Amuntai Hulu Sungai Utara (Case study of Nabil Cosmetics Shop). The analysis technique used is descriptive with a quantitative approach. Quantitative data in this study is in the form of ordinal from respondents' answers to the questions posed in the questionnaire. The t-statistic value of the path of the influence of the Responvenism variable on customer satisfaction in Amuntai Hulu Sungai Utara (Case study of Nabil Cosmetics Shop). is 2.562 which is greater than the normal distribution t-table of 1.96, meaning that there is a significant influence between the variable Responvenism and customer satisfaction, customer satisfaction in Amuntai Hulu Sungai Utara (Case study of Nabil Cosmetics Shop). responsive is the ability of a company that is carried out directly by employees to provide services quickly and responsively. The results showed that there was a positive and significant influence between the responveness factors on consumer satisfaction in Amuntai Hulu Sungai Utara (Case study of Nabil Cosmetics Shop). From the SPSS estimation results, another conclusion appears that the satisfaction model studied is actually only able to explain the phenomenon of consumer satisfaction in Amuntai Hulu Sungai Utara (Case study of Nabil Cosmetics Shop) of 68.9%. While the remaining 31.1% is explained by other variables which are not included in the model and error.*

*Keywords: service, satisfaction, customer.*

**Kata Kunci: pelayanan, kepuasan, konsumen**

### **A. Latar Belakang**

Kalangan pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Dan pada saat bersamaan, perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas.

Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan hilang satu demi satu, hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi sajalah yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang demi kelangsungan perusahaan atau usaha kecil menengah.

Penelitian ini mengambil tempat pada Toko Kosmetik Nabil Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara. Karena penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Nabil di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara Dan karena penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan waktu yang dilaksanakan mengingat tersedianya data dan lokasi yang mudah dijangkau serta tersedianya literatur yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Toko Nabil di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara ini melayani pelanggan dari mulai pukul 08:00 wita sampai pukul 17:00, oleh karena toko Nabil adalah toko kepemilikan perorangan bukan

dari suatu organisasi, jam kerjanya tergantung dari kebijakan si pemilik. Pemasaran pada Toko Nabil di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yaitu promosi melalui media sosial, penyaluran barang dari Toko Nabil di distribusikan juga ke setiap agen-agen dari toko kosmetik dan ke toko kosmetik kecil lainnya, selain melayani pendistribusian barang ke setiap agen toko kosmetik, Toko Nabil juga melayani pembelian langsung dari pelanggan di tempat.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah di atas dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kota Amuntai Hulu Sungai Utara?
2. Bagaimanakah pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Kota Amuntai Hulu Sungai Utara?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kota Amuntai Hulu Sungai Utara
2. Untuk mengetahui pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di Kota Amuntai Hulu Sungai Utara

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan untuk melaksanakan tri darma sebagai dosen di STIA Amuntai

2. Bagi produsen dan pemasar, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan wawasan dan pertimbangan mengenai pengaruh terhadap perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi pemasaran
3. Bagi Akademis dan peminat masalah pemasaran penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan, pengetahuan, referensi, serta perbandingan dalam penyusunan penelitian serupa.

## KAJIAN PUSTAKA

### Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan antara lain: Hardiyati (2010) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agro Wisata Kebun The Pagilaran. Variabel yang digunakan tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kepuasan konsumen, hasil penelitian diperoleh persamaan regresi  $Y = 0,271X_1 + 0,197X_2 + 0,201X_3 + 0,316X_4 + 0,165X_5$ . Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel assurance dengan koefisien regresi sebesar 0,316, lalu tangible dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan responsiveness dengan koefisien regresi sebesar 0,201, dan

reliability dengan koefisien regresi sebesar 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah empathy dengan koefisien regresi sebesar 0,165. Agrowisata Kebun Teh Pagilaran perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Zafirah (2014) Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Maskapai Penerbangan Lion Air Di Bandar Udara Mutiara SIS Al-Jufri Palu. Variabel (X) yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, variabel (Y) kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) dan empathy (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Kepuasan pelanggan. Hasil uji t penelitian tersebut menunjukkan bahwa kelima variabel independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan. Dan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan menentukan kepuasan pelanggan adalah responsiveness dengan nilai koefisien beta sebesar 0,258.

### Tinjauan Teoritis

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya, karena produk atau jasa yang berkualitas rendah akan membuat pelanggan menjadi tidak setia. Artinya, dapat disimpulkan jika kualitas diperhatikan, maka

loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh (Lupiyoadi, 2006). Untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi sebagai berikut :

1. Tangible/Bukti langsung  
Tangible merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak image perusahaan.
2. Reliability/Kehandalan  
Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.
3. Responsiveness/Ketanggapan  
Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan

cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pernyataan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan. Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli diatas mengenai kualitas pelayanan maka dapat ditarik beberapa pokok pikiran penting yaitu setiap kegiatan/tindakan yang diberikan atau ditawarkan kepada pelanggan pada dasarnya tidak berwujud dan apabila kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

4. Assurance/Jaminan Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap

risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari 10 kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

5. **Emphaty/Empati** Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

#### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen adalah keadaan emosional/reaksi setelah menerima

penyerahan jasa, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan (Lovelock dan Lauren, 2007). Konsumen yang tidak puas akan menimbulkan masalah karena mereka dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut ke mulut

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai tanggal 15 Juni – Juli 30 bertempat di Toko Nabil di daerah yang berada di Jln. Tumenggung Jalil Kelurahan Antasari RT.04 Kabupaten Hulu Sungai Utara.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metoda statistika.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2007: 5). Menurut Subana dan Sudrajat (2005: 25) penelitian kuantitatif dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan adapula yang

sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendiskripsikan banyak hal.

### C. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dilakukan untuk mendiskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi secara faktual, sistematis, dan akurat. Pada penelitian ini, penulis berusaha mendeskripsikan peristiwa yang menjadi pusat penelitian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.

Menurut Sugiyono (2008), Penelitian deskriptif adalah Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen atau pegawai toko Nabil di Kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara.

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik tertentu yang diambil dari suatu populasi yang akan diteliti secara rinci. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sesuai dengan metode yang berlaku rumus slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

### D. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.

sehingga betul-betul representatif.

Sampel dari penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi dari konsumen dan pegawai Toko Kosmetik Nabil di kota Amuntai Hulu Sungai Utara. Sedangkan besarnya sampel diperoleh dengan menggunakan rumus slovin.

Adapun metode penentuan sampel yang digunakan adalah dengan  $n = 96,04 \approx 97$  atau dibulatkan menjadi 100

Dimana :

$n$  = Jumlah Sampel

$Z = 1,96$  dengan tingkat kepercayaan 95%

Moe = Margin of Error, atau tingkat kesalahan maksimum

adalah 10%.

Jadi sampel yang akan digunakan adalah sebanyak

100 orang konsumen Toko Kosmetik Nadin di kota Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulandata merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Kuesioner adalah cara mengumpulkan data dengan mengirim kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang ditujukan kepada orang yang menjadi obyek penelitian sehingga jawabanya tidak langsung diperoleh. Kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah

responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. HASIL PENELITIAN

#### 1. Deskripsi Singkat Tentang Toko Nabil

Toko Nabil adalah toko perlengkapan berbagai kosmetik hampir semua merk produk yang ada tersedia di Toko Nabil. Toko Nabil terletak di Jln. Tumenggung Jalil Kelurahan Antasari RT.04 Kabupaten Hulu Sungai Utara. Toko Nabil adalah toko yang menjual berbagai jenis yang sering di cari, mulai dari Cream, Fondation, Hand body, Blush on, eye shadow, sampai peralatan mandi seperti sampo, sabun, dll. Lokasi Toko Nabil sendiri berada di tempat yang strategis di daerah perkotaan serta tempatnya mudah di tuju, tempatnya juga sangat luas sehingga sangat nyaman saat berbelanja disini. Toko nabil buka dari jam 08:00-17:00 WITA, pelanggannya lumayan ramai, toko nabil sendiri juga adalah agen kosmetik yang besar.

Pelayanan para pegawai di Toko Nabil cukup sigap dalam melayani para pembeli dan pertanyaan dari setiap pelanggan yang ingin bertanya tentang kosmetik yang diinginkan. Pegawai di Toko Nabil berjumlah kira-kira 10 orang, dari beberapa pegawainya ada yang menjadi sales salah satu produk kosmetik tertentu yang terkenal seperti Wardah.

## 2. Deskripsi Data Penelitian

Pada deskripsi ini akan diuraikan mengenai hasil penelitian serta pembahasan dari hasil penelitian tersebut. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk tabel yang merupakan rangkuman dari hasil penelitian.

Pembahasan yang tercakup dalam deskripsi penelitian ini, penulis mengumpulkan data yang berupa kuesioner atau angket yang berjumlah 24 terdiri dari : Kuesioner X (1) Tangible (2) Realibility (3) Responsiveness (4) Assurance (5) Empathy dan kuesioner Kepuasan Y. Urutan pembahasan ini disusun dengan tujuan agar pembaca dapat melihat dengan runtut dan lebih mudah memahami pembahasan dari hasil penelitian ini.

### Pembahasan

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Amuntai Hulu Sungai Utara (Studi kasus Toko Kosmetik Nabil). Teknik analisis yang digunakan adalah *Diskriptif* dengan pendekatan *kuantitatif*. Data kuantitatif

dalam penelitian ini berupa ordinal dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

Nilai t- statistik jalur pengaruh variabel *Responvenisme* terhadap kepuasan konsumen di Amuntai Hulu Sungai Utara (Studi kasus Toko Kosmetik Nabil). adalah 2,562 lebih besar dari t-tabel distribusi normal sebesar 1,96, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Responvenisme* dengan kepuasana nasabah kepuasan konsumen di Amuntai Hulu Sungai Utara (Studi kasus Toko Kosmetik Nabil).

Variabel *Responvenisme* (X3), yaitu daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan *signifikan* antara faktor *Responvenisme terhdap* kepuasan konsumen di Amuntai Hulu Sungai Utara (Studi kasus Toko Kosmetik nabil). Dari hasil *estimasi* SPSS muncul kesimpulan lain bahwa model kepuasan yang diteliti senyatanya hanya mampu menjelaskan fenomena kepuasan konsumen di Amuntai Hulu Sungai Utara (Studi kasus Toko Kosmetik Nabil) sebesar 68,9%. Sedangkan sisanya 31,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidk dimasukkan ke dalam model dan *error*.

### DAFTAR PUSTAKA

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/3803/3/BAB%20III%20REVISI.pdf> 26 September 2020

<https://penalaran-unm.org/deskriptif-kuantitatif/29september2020>  
(<http://eprints.ums.ac.id/50125/3/BAB%20I.pdf> di akses 10 April 2020)

([http://repository.upi.edu/1408/4/S\\_IND\\_0906911\\_Chapter1.pdf](http://repository.upi.edu/1408/4/S_IND_0906911_Chapter1.pdf) di akses 12 April 2020)

(<https://eprints.uny.ac.id/7732/3/BAB%202-06408144012.pdf> di akses 19 April 2020)

([https://repository.usd.ac.id/12796/2/132214100\\_full.pdf](https://repository.usd.ac.id/12796/2/132214100_full.pdf) di akses 15 April 2020)

(<https://media.neliti.com/media/publications/99180-ID-pengaruh-bauran-pemasaran-terhadap-keput.pdf> di akses 19 April 2020)

(<http://eprints.walisongo.ac.id/1808/4/092411107-Bab3.pdf> 02 Mei 2020)

(<http://digilib.uinsby.ac.id/1734/9/Bab%203.pdf> di akses 05 Mei 2020)

([http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB\\_III.pdf](http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB_III.pdf) di akses 09 Mei 2020)

<http://etheses.uin-malang.ac.id/729/6/10510122%20Bab%202.pdf>

08 september 2020

<http://etheses.uin-malang.ac.id/810/8/10410021%20Bab%203.pdf>

pdf 22 sep 2020

[http://etheses.uin-malang.ac.id/1552/6/11410152\\_Bab\\_2.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/1552/6/11410152_Bab_2.pdf)

<http://repository.unpas.ac.id/32892/6/BAB%20III.pdf>

<http://eprints.ums.ac.id/40656/5/04.%20B%20I.pdf> 26 sep 2020

Prof.Dr.Sugiyono. (2010). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D",Catatan ke-10

Prof.Dr.Sugiyono. (2010). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D",Catatan ke-10

Nana Koniman, 2013"Penerapan Metode Diskusi Pada Pembelajaran IPS Materi Perkembangan Teknologi Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Universitas Pendidikan Indonesia |[repository.upi.edu/perpustakaan.upi.edu](http://repository.upi.edu/perpustakaan.upi.edu)