

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Ferra Hijab Pekanbaru

Richa Afrian Munthe^{1*}, Darius Zega¹

¹Institut Teknologi dan Bisnis Master, Pekanbaru

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Hijab Ferra Pekanbaru. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan pada Toko Hijab Ferra Pekanbaru yang berjumlah 92 orang. Sedangkan variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Analisis data menggunakan metode regresi linier sederhana dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji t dan R². Pengujian tersebut dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (independent variable) dengan variabel terikat (dependent variable). Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai korelasi $R = 0,662$ yang menunjukkan adanya hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Toko Hijab Ferra Pekanbaru. Sedangkan R square diperoleh 0,416 yang berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi sebesar 41,6% terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Hijab Ferra Pekanbaru. Secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Ferra Hijab Pekanbaru dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05. Persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut: $Y = 6,597 + 0,466X$.

ARTIKEL HISTORI

Accepted 30 Oktober 2022

KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. Pendahuluan

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka. Dalam hal ini salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia saat ini adalah bisnis dibidang hijab. Hijab merupakan salah satu fasion yang digunakan masyarakat muslim di Indonesia maupun di Dunia. Kewajiban masyarakat muslim dalam menggunakan hijab, membuat pelaku bisnis berbondong-bondong untuk membuka usaha hijab yang kekinian dan menjadi transter bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja, dan wanita dewasa.

Banyaknya bisnis hijab pada saat ini di Indonesia membuat persaingan menjadi kuat dan saling berkompetisi dengan toko hijab lain dalam merebut serta menarik minat pelanggan agar melakukan pembelian. Persaingan yang semakin ketat tidak dapat dihindari oleh setiap toko hijab yang ingin mengembangkan usahanya. Meningkatkan intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut toko hijab untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan serta mengeluarkan produk-produk yang diminati oleh pelanggan dari pada produk dari toko pesaing.

Kualitas pelayanan dikatakan baik, apabila pelanggan merasa senang akan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan dalam melayani pelanggan untuk mengetahui keunggulan

* CORRESPONDING AUTHOR. Email: richa@gmail.com

masing-masing produk yang dijual di toko, adanya kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan, serta karyawan selalu ramah dalam menghadapi keluhan pelanggan (Febrian, 2021; Hasibuan & Titania, 2021; Tafano, 2021). Kualitas pelayanan dalam toko hijab sangatlah penting karena sebagai penggerak utama seluruh kegiatan atau aktivitas toko dalam upaya mencapai tujuannya, baik untuk memperoleh keuntungan maupun untuk mempertahankan kelangsungan hidup toko hijab. Dengan memberikan pelayanan terbaik, kepuasan pelanggan akan sangat membantu dalam memajukan dan mempromosikan usaha toko hijab. Berhasil tidaknya suatu toko dalam mempertahankan kegiatannya dimulai dari mempertahankan toko dalam memajukan serta memasarkan produk.

Ferra Hijab merupakan salah satu toko hijab yang ada di daerah Pekanbaru. Dengan kemajuan kota Pekanbaru, membuat persaingan dibidang hijab juga mengalami persaingan. Banyaknya siswa, mahasiswa serta wanita dewasa yang menggunakan hijab di Kota Pekanbaru membuat toko Ferra Hijab Pekanbaru berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya agar kepuasan pelanggan terus maksimal. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal, diharapkan pelanggan dapat membantu dalam mempromosikan produk yang di tawarkan toko Ferra Hijab Pekanbaru. Hal ini juga akan memudahkan toko untuk dapat bersaing dengan toko pesaing sehingga kemajuan toko dapat terus meningkat. Kualitas pelayanan memang memegang peran penting untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang lebih kuat.

Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu hal yang harus diutamakan oleh toko Ferra Hijab Pekanbaru demi keberlangsungan perkembangan usaha. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, toko Ferra Hijab Pekanbaru selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini bertujuan agar toko Ferra Hijab Pekanbaru dapat bersaing dengan usaha toko pesaing lainnya. Kepuasan pelanggan merupakan tolak ukur keberhasilan usaha. Semakin puas pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan maka kemajuan usaha juga akan semakin meningkat.

Dari pengamatan sementara yang penulis lakukan terdapat pelanggan yang masih merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan toko Ferra Hijab Pekanbaru karena karyawan masih belum begitu baik dalam melayani pelanggan yang sedang bertanya mengenai produk yang dijual. Karyawan tidak bisa memberikan masukan yang bijaksana dalam berinteraksi dengan pelanggan serta kurang ramahnya karyawan dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan. Dari hasil survey yang telah dilakukan, penulis mendapati adanya permasalahan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap toko Ferra Hijab Pekanbaru. Oleh sebab itu, permasalahan ini sebaiknya dapat diselesaikan dan diatasi agar perkembangan toko toko Ferra Hijab Pekanbaru semakin meningkat.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2007), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan menurut Usmara (2003) merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Andriani & Ramadanni, 2021; Pensiunan et al., 2021; Winata, 2021). Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Kualitas pelayanan dapat diartikan juga sebagai semua bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan oleh perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen demi memenuhi harapan kepuasan pelanggan/konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Pelanggan dapat mengukur tingkat kepuasan mereka dengan membandingkan pengalaman aktual mereka dengan pengalaman penjual atau pemasok barang atau jasa dengan ekspektasi mereka sendiri. Pengalaman pembelian pertama mereka, komentar dari kolega, teman atau saudara, janji dan pengetahuan tentang pesaing semuanya berkontribusi pada pembangunan ekspektasi ini. Secara alami, pemasar yang ingin menonjol dari persaingan harus fokus untuk memenuhi dan melampaui ekspektasi klien. P. Kotler dan K. Lane, (2018) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai suatu perasaan positif atau negatif yang lahir setelah membandingkan hasil kinerja produk dengan apa yang diharapkan (Andriani & Ramadanni, 2021; Hasibuan & Titania, 2021). Jika layanan tidak memenuhi ekspektasi atau terlalu buruk, pelanggan akan kecewa. Seorang konsumen, bagaimanapun akan senang dan sangat puas jika layanan melebihi ekspektasinya dan akan puas jika layanan memenuhi ekspektasinya. Pendapat lain oleh Park dalam Irawan H, (2019) mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Ini adalah temuan bahwa bahwa keunggulan barang atau jasa atau barang atau jasa itu sendiri, memberikan suatu tingkat kenyamanan dalam memenuhi persyaratan, termasuk persyaratan yang berada dibawah atau diatas ekspektasi pelanggan.

3. Metode

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur, dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut Sugiyono (2017:15) metode penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi

atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.

Adapun jenis data yang dapat penulis kumpulkan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang langsung diperoleh dari objek penelitian melalui penyebaran kuisioner kepada pelanggan Toko Ferra Hijab Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Data Skunder yaitu data yang penulis peroleh dari sumber data yang ada kaitannya dengan penelitian ini berupa data yang sudah tersedia seperti jumlah karyawan, srtuktur organisasi dan aktifitas toko serta data lainnya yang mendukung analisa dalam penelitian ini.

Menurut Sugiyono, (2017:117) bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan Toko Ferra Hijab pada tahun 2020 yaitu sebanyak 1.206 orang.

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2017:118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi.

Teknik pengambilan sampel ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015:156). Berdasarkan Populasi data diatas, menurut umar (2014:88) untuk menentukan sample digunakan pendapat slovin dengan jumlah 92 sampel.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Ferra Hijab Pekanbaru. Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 92 orang. Para responden yang telah melakukan pengisian kuisioner kemudian akan diidentifikasi berdasarkan pendidikan, umur, jenis kelamin dan status pekerjaan. Identifikasi ini dilakukukan untuk mengetahui karakteristik secara umum para responden penelitian pada Toko Ferra Hijab Pekanbaru. Berdasarkan identifikasi menurut pendidikan responden, dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1 Tingkat Pendidikan Responden

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	SMA	25	27,17%
2.	D3	10	10,87%
3.	S1	57	61,96%
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa pendidikan sebagian besar responden yang menjadi pelanggan Toko Ferra Hijab Pekanbaru adalah Strata 1 sebanyak 57 orang (64,65%). Berdasarkan identifikasi menurut umur, dapat dibuat klasifikasi seperti pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Umur Responden

NO	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	21-30 Tahun	20	21,74%
2.	31-40 Tahun	60	65,22%
3.	41-50 Tahun	12	13,04%
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel 2 dapat dilihat sebagian besar umur responden yang menjadi pelanggan Toko Ferra Hijab Pekanbaru berkisar antara 31-40 tahun yaitu sebanyak 60 orang (65,22%). Berdasarkan identifikasi menurut jenis kelamin, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3 Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Laki-laki	-	-
2.	Perempuan	92	100
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel 3 dapat dilihat jumlah responden yang menjadi pelanggan Toko Ferra Hijab Pekanbaru adalah perempuan sebanyak 92 orang (100%). Dalam melakukan identifikasi menurut pekerjaan responden, dapat dibuat klasifikasi seperti pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4 Pekerjaan Responden

NO	Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Siswa	20	21,74%
2.	Karyawan Swasta	30	32,61%
3.	Wiraswasta	17	18,48%
4.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	25	27,17%
Jumlah		92	100

Sumber : Data Olahan

Dari tabel 4 dapat dilihat sebagian besar responden yang menjadi pelanggan Toko Ferra Hijab Pekanbaru memiliki pekerjaan menjadi karyawan swasta yang berjumlah 30 orang (32,61%).

Responden adalah 108 (23,48%) responden berada pada kategori sangat setuju, 280 (60,87%) responden berada pada kategori setuju, 71 (15,43%) responden berada pada kategori kurang setuju, 1 (0,22%) responden berada pada kategori tidak setuju sedangkan pada kategori sangat tidak setuju tidak ada jawaban responden. Adapun nilai rata-rata adalah 4,08. Secara rata-rata dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap rekapitulasi indikator kualitas pelayanan adalah setuju. Hasil penelitian sehubungan dengan indikator kualitas pelayanan maka dapat

diketahui bahwa indikator kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi adalah karyawan toko Ferra Hijab Pekanbaru selalu cepat tanggap dalam melayani pelanggan.

Tanggapan responden adalah 82 (22,28%) responden yang berada pada kategori sangat setuju, 215 (58,42%) responden yang berada pada kategori setuju, 68 (18,48%) responden yang berada pada kategori kurang setuju, 3 (0,82%) responden yang berada pada kategori tidak setuju sedangkan pada kategori sangat tidak setuju tidak ada jawaban responden. Adapun nilai rata-rata adalah 4,02. Secara rata-rata dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap rekapitulasi indikator kepuasan pelanggan adalah setuju. Hasil penelitian sehubungan dengan indikator kepuasan pelanggan, maka dapat diketahui bahwa indikator kepuasan pelanggan yang paling mempengaruhi adalah saya puas akan produk toko Ferra Hijab Pekanbaru.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja kepuasan pelanggan pada Toko Ferra Hijab Pekanbaru, maka berikut ini penulis mengambil kesimpulan yaitu:

- Persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut: $Y = 6.597 + 0.466X$.
- Kualitas pelayanan (X) = dengan thitung 6.446 lebih besar dari ttabel 1.987 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0.05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Ferra Hijab Pekanbaru.
- Nilai R-Square (analisis determinasi) sebesar 0.416. Hal ini berarti kualitas pelayanan memberikan sumbangan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Ferra Hijab Pekanbaru sebesar 41.6% sedangkan sisanya sebesar $(100\% - 41.6\%) = 58.4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.
- Hasil penelitian ini dapat menguatkan hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Referensi

- Andriani, D., & Ramadanni, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa di Lembaga Pendidikan Smart Fast Global Education Pekanbaru*. 1(1), 28–34.
- Adhyatma Firmansyah. 2018. Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Studi Kasus di Soto Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo.
- Ariani, D.W., 2003, Manajemen Kualitas: Pendekatan Sisi Kualitatif. PT Ghalia Indonesia, Jakarta
- Daryanto dan Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*, Banyumedia, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fawzi, Rizky, 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Otentik Kopi Jogja)*.
- Febrian, F. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SALON JOHNNY ANDREAN DI CABANG MALL SKA KOTA PEKANBARU*. 2.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2006). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hasibuan, S., & Titania, R. S. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN*. 2.
- Husein, Umar. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.

- Irawan, H. 2012. Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICOSA, PT Alex Media Komputindo, JakartaDaryanto dan Setyobudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mauludin Hanif. 2013. *Marketing Research : Panduan Bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*. Jakarta. Elex Media Komputindo.
- Nilasari, Eswika, 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, *Jurnal Paradigma* Vol. 13 No.1, ISSN : 1693-0827.
- Pensiunan, T., Btpn, N., Pekanbaru, S., & Rumbai, K. C. P. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN NASABAH TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH KREDIT PADA PT. BANK. 2*.
- Priansa, D.J, 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Alfabeta, Bandung.
- Priyatno, Duwi. 2016. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sulistiyawati, Ni Made Arie, 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar, *E-Jurnal Manajemen Unud* Vol. 4 No. 8, ISSN : 2302-8912.
- Susanti, Susi, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffe RR Pekanbaru.
- Tafano, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukitraya Pekanbaru*. 1–7.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2015. *Service, Quality, dan Satisfaction*, Edisi Ke-4. Yogyakarta: Andi.
- Wardani, Tri Ulfa, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Treansportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara), UIN Sumatera Utara, Medan.
- Winata, L. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja di Indomaret Sudirman 32 Pekanbaru*. 1–7.