

## PENGARUH PELAYANAN BERKUALITAS TERHADAP KINERJA MINIMARKET DI AIRMADIDI

**Indrajit**

[indrajit.taliwongso@gmail.com](mailto:indrajit.taliwongso@gmail.com)

*Fakultas Ekonomi Universitas Klabat*

*The purpose of the research is to examine the influence of the service quality to consumer's satisfaction and loyalty at minimarkets in Airmadidi, Minahasa Utara. The result of the research indicates that service quality has influence to both satisfaction and loyalty, and satisfaction too has an effect to loyalty. The result also indicates that consumer satisfaction has more impact on consumer loyalty compared than Service Quality given by the minimarkets in Airmadidi.*

**Keywords:** *satisfaction, loyalty, and service quality*

### PENDAHULUAN

Airmadidi yang merupakan ibukota Kabupaten Minahasa Utara memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang cukup baik, dimana di Kota tersebut sarat dengan berbagai badan usaha, Universitas Swasta yang cukup besar dan letaknya yang strategis menyebabkan Airmadidi memiliki daya tarik tersendiri kepada para investor dan pengusaha. Salah satu usaha yang diminati di Kota Airmadidi adalah bidang usaha ritel, dimana laju perekonomian yang baik mendorong daya beli para warganya sehingga saat ini terdapat beberapa usaha ritel yang berskala kecil hingga menengah.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian yang mencoba mengetahui hubungan antara aspek pelayanan berkualitas yang diberikan sebuah usaha ritel terhadap kepuasan pelanggan. Diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Wang dan Shieh (2008) yang menemukan adanya hubungan yang positif antara pelayanan dan kepuasan pelanggan. Getty dan Thompson (1994) meneliti peranan daripada pelayanan

berkualitas dan kepuasan dalam menjelaskan mengenai tujuan atau niat pelanggan. Mereka menemukan bahwa semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan meningkatkan niat untuk membeli kembali dan juga merekomendasikan suatu produk, sehingga dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu titik penting, dimana apabila perusahaan gagal menandai titik kepuasan pelanggan, terutama emosi atau perasaan mereka, maka itu dapat merusak kesetiaan (loyalitas) dari pelanggan (Yi & Alisson, 2001). Namun apakah kepuasan akan senantiasa menjamin loyalitas pelanggan? Menurut hasil penelitian Nugroho, W, Sudaryanto, B (2013), Kinerja layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dapat diartikan bahwa semakin tinggi kinerja layanan yang diberikan kepada konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan,

Penulis tertarik untuk meneliti kinerja beberapa usaha ritel di Airmadidi lebih khususnya ritel dalam bentuk

minimarket, untuk mengetahui apakah faktor pelayanan berkualitas yang baik dapat memberikan kepuasan pelanggan, dan apakah kepuasan tersebut dapat menjadikan para pelanggan minimarket di Airmadidi setia (loyal) terhadap minimarket tersebut?

### PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pemaparan diatas, maka timbul pertanyaan, apakah ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan bila ditinjau dari pelayanan berkualitas pada minimarket di Airmadidi? Dan apakah ada pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada minimarket di Airmadidi bila ditinjau dari kepuasan pelanggan dan apakah ada

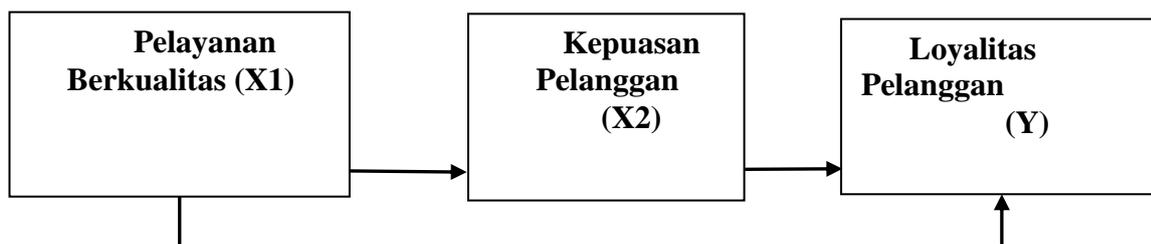
pengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan pada minimarket di Airmadidi bila ditinjau dari pelayanan berkualitas

### TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh pelayanan berkualitas pelayanan (*Quality Service*) terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan kepada loyalitas pelanggan minimarket di Airmadidi, Minahasa Utara.

### KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka berpikir yang menunjukkan alur pikir peneliti serta keterkaitan antar variabel yang diteliti dapat dilihat pada gambar berikut ini



Keterangan:

X1= Variabel independen (pelayanan berkualitas)

X2= Variabel intervening (Kepuasan pelanggan)

Y= Variabel dependen (Loyalitas pelanggan)

### HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka konseptual yang telah dipaparkan maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan minimarket di Airmadidi bila ditinjau dari pelayanan berkualitas ( $H_{01}$ )
- Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada loyalitas pelanggan mini market di Armadidi bila ditinjau dari kepuasan pelanggan ( $H_{02}$ )
- Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada loyalitas pelanggan mini market di Armadidi

bila ditinjau dari Pelayanan Berkualitas ( $H_{03}$ )

### TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis ritel adalah jenis usaha yang memberikan nilai-nilai tambah kepada sebuah produk atau jasa, dan menjualnya kepada pelanggan untuk penggunaan pribadi atau keluarga tanpa maksud untuk menjualnya kembali. Dimana nilai-nilai tambah tersebut adalah membantu para pelanggan berbagai jenis kebutuhan, produk dan merek yang dibutuhkan atau diinginkan oleh para pelanggan, menyediakan produk-produk tersebut dalam jumlah yang sesuai dengan

kebutuhan mereka, membantu para pelanggan menyimpan produk-produk yang mereka perlukan dan menyediakannya kepada mereka sewaktu-waktu dibutuhkan, dan memberikan pelayanan yang baik didalam toko ritel tersebut. Beberapa jenis usaha ritel yang utama adalah Penjual Makanan (*Food Retailer*) dan Barang-barang umum (*General Merchandise*) Levy & Weitz, 2007).

Menurut Munir dan Dirgantara (2011) *Retailing* merupakan aktivitas paling akhir dari rangkaian perjalanan produk dari produsen ke konsumen akhir. Kegiatan *retailing* tidak terbatas dilakukan oleh *retailer* saja, tetapi dilakukan oleh siapa saja termasuk diantaranya produsen, pedagang besar, maupun distributor, apabila mereka melakukan penjualan secara langsung pada konsumen akhirnya.

Dalam pembentukannya, *service* mengacu kepada beberapa indikator antara lain sebagai berikut: Respon pramuniaga berupa: (1) Kemampuan pramuniaga menangani keluhan (2) Interaksi pramuniaga yang ramah (3) Area belanja yang bersih (4) Temperatur/suhu area belanja (5) Kecepatan pembayaran di kasir (6) Kecukupan ketersediaan kasir. (Sigit Triyono, 2006).

## METODOLOGI PENELITIAN

### Metode dan Desain Penelitian.

Metode penelitian merupakan serangkaian langkah yang harus ditempuh oleh peneliti untuk mencari pemecahan masalah yang telah dirumuskan dan mendapatkan data yang diperlukan.

### Sampel dan Teknik Sampel.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan dari tiga minimarket utama yang ada pada saat penelitian ini dimulai yaitu Indomaret, Corner Market dan Coco.

Dikarenakan besarnya populasi dan tidak praktis untuk mengambil keseluruhan elemen dalam populasi, maka penelitian ini menggunakan sampel yang

mewakili keseluruhan populasi yang ada. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sejumlah teknik yaitu: *purpose sampling*, *quota sampling* dan *accidental sampling*. Purposive sampling yang dimaksud adalah hanya partisipan yang memenuhi kriteria kelayakan yang dimasukan di dalam sampel penelitian, dimana kriterianya adalah sebagai berikut: 1. Merupakan pelanggan yang sudah sering berbelanja di Indomaret, Coco atau Corner Market. 2. Berdomisili di Airmadidi. 3. Remaja dan orang dewasa, tapan mengikut sertakan anak-anak (dibawah 16 tahun – kategori Depkes RI 2009).

Penggunaan *quota sampling* yaitu karena populasi dalam penelitian ini terdiri dari 3 minimarket yang berbeda, sampel dibagi proporsional dari masing-masing Minimarket tersebut. Sedangkan *accidental sampling* digunakan dikarenakan jumlah populasi yang cukup besar dengan aktifitas responden yang tinggi maka hanya mereka yang bisa dijumpai dan rela memberikan kontribusi yang dimasukan dalam sampel. Adapun total responden yang disertakan berjumlah 100 orang. Hal tersebut sudah sesuai dengan kaidah sampel minimum dalam analisa SEM yaitu 100 responden (Ferdinand, 2002). Target responden merupakan pelanggan dari 3 minimarket yang ada di Airmadidi Coco, Indomaret dan the Corner Market. Jumlah kuesioner yang dibagikan adalah 100 lembar dan telah kembali dan diisi secara lengkap yang terdiri dari 23 kuesioner untuk Indomaret, 37 kuesioner untuk Coco dan 40 kuesioner untuk Corner Market. Dan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan yang bersifat mempengaruhi antara dua variable atau lebih maka desain penelitian ini menggunakan desain penelitian *deskriptif korelasi kausal* yang mendeskripsikan hubungan kausal antara *variable independent* dengan *variable dependent* dengan menggunakan data kuantitatif. Desain kausal adalah penelitian yang

bertujuan menganalisis hubungan sebab akibat antara *variable independent* dan *variable dependent* (Sugiyono, 2013).

**Pengujian Hipotesis.** Untuk mengetahui pengaruh *variable independent* terhadap variabel dependen digunakan pengujian regresi dengan SPSS. Apabila hasil hitung menunjukkan  $p\text{-value} < 0.05$ , mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel

dependen, yang berarti koefisien regresi  $\beta \neq 0$ , maka hipotesa nol ( $H_0$ ) ditolak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas tentang hasil pengujian statistik ke tiga hipotesis yang telah disebutkan sebelumnya

**Tabel 1. Pengaruh faktor pelayanan berkualitas terhadap kepuasan pelanggan**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	p-value
1	0,677 <sup>a</sup>	0,459	0,447	0,32338	0,000 <sup>b</sup>

a. Predictors: (Constant), kg, kr

Hasil pengujian regresi sederhana tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa pelayanan yang berkualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai  $p\text{-value}$  0,000 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Nilai *R Square* sebesar 0,459 menyatakan 46% pelayanan berkualitas mempengaruhi variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan di

Airmadidi. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Turban, E, Lee, J, Warkentin, dan M, King, D, (2002) bahwa pelayanan berkualitas adalah sebuah rangkaian aktifitas yang dibuat untuk memperkuat kepuasan pelanggan, yaitu membuat sebuah produk atau jasa telah sesuai dengan harapan atau ekspektasi pelanggan

**Tabel 2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	p-value
1	,497 <sup>a</sup>	,247	,240	,66779	,000 <sup>b</sup>

a. Predictors: (Constant), satisfaction

Hasil pengujian regresi sederhana tentang pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada tabel 2 menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai  $p\text{-value}$  0,000 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 maka  $H_0$  ditolak. Nilai *R Square* sebesar 0,247 menyatakan 25% kepuasan pelanggan mempengaruhi variasi yang terjadi pada loyalitas pelanggan di Airmadidi. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Ginting, M, Tarwiyah, (2013) yang menyatakan pada

dasarnya tujuan bisnis adalah membuat para konsumen agar merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen. Dan diperkuat oleh hasil analisis Subagio dan Saputra (2012) diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Tabel 3 Pengaruh pelayanan berkualitas terhadap Loyalitas Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	p-value
1	,389 <sup>a</sup>	,151	,142	,71675	,000 <sup>b</sup>

a. Predictors: (Constant), CS

Hasil pengujian regresi sederhana tentang pelayanan berkualitas terhadap loyalitas pelanggan pada tabel 3 menunjukkan bahwa pelayanan berkualitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai p-value 0,000 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 maka H03 ditolak. Nilai *R Square* sebesar 0,151 menyatakan 15% pelayanan berkualitas

mempengaruhi variasi yang terjadi pada loyalitas pelanggan di Airmadidi. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Ginting, M, Tarwiyah, (2013) yang menyatakan pada dasarnya tujuan bisnis adalah membuat para konsumen agar merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen. Dan diperkuat oleh hasil analisis Subagio dan Saputra (2012) diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ivanauskiene, Volungėnaitė,(2014) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan sebuah retail memiliki efek positif kepada loyalitas pelanggan dan menurut penelitian Mosahab, Mahamad, dan Ramayah, (2010) yang menyatakan bahwa pelayanan berkualitas memiliki hubungan langsung dengan loyalitas, dimana nilai loyalitas berubah ketika pelayanan berkualitas berubah.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai

pengaruh pelayanan berkualitas terhadap kinerja minimarket di Airmadidi yang berdampak terhadap kepuasan dan loyalitas para pelanggannya. Jumlah minimarket yang diteliti adalah tiga minimarket, yang terdiri dari Indomaret, Coco dan the Corner Market, dimana jarak antara ketiga minimarket ini berdekatan sehingga dampak persaingannya dapat dirasakan secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh pelayanan yang berkualitas dari minimarket-minimarket di Airmadidi sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan pada umumnya berpengaruh kepada Loyalitas. Dan pelayanan berkualitas pada umumnya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sehingga disarankan kepada manajemen pihak ritel untuk meningkatkan kinerja pelayanan untuk lebih berkualitas sehingga konsumen merasa puas dan loyal kepada toko ritel tersebut.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Jurnal & Penelitian

- Getty, J. M., & Thompson, N. K. (1994). The relationship between quality, satisfaction, and recommending behaviour in lodging decisions. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 2, 3-22. [http://dx.doi.org/10.1300/J150v02n03\\_02](http://dx.doi.org/10.1300/J150v02n03_02)
- Ginting, M, Tarwiyah, (2013) Pengaruh Produk dan pelayanan berkualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung –

- Warung Makan Kaki Lima Jl. Sei Deli Medan Jurnal Manajemen Bisnis STIE IBBI. Vol 19. No.1 January 2013
- M.Misbakhul Munir I Made Bayu Dirgantara, SE, MM (2011) Analisis Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Marktet Permata Di Kecamatan Balupulang. <http://eprints.undip.ac.id/29386/1/jurnal.pdf>
- Nugroho, W, Sudaryanto, B (2013). Pengaruh Kinerja Layanan dan Kepuasan terhadap loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Jasa Pengiriman (Studi Kasus di Hira Cargo Cabang Semarang). DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1-9
- Wang, I dan Shieh, C. (2006) The relationship between Service Quality and Customer Satisfaction : The example of CJCU Library. Journal of Information and Optimization Sciences, Vol. 27 (2006), No.1 pp. 193 - 209.
- Buku**
- Levy, M, Weitz, (2007) B. Retailing Management, McGraw Hill/Irwin, 2007
- Triyono, Sigit. (2006). Sukses Terpadu Bisnis Ritel Merchandising Sampai Shrinkage. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Turban, E, Lee, J, Warkentin, dan M, King, D, (2002), Electronic Commerce: A Managerial Perspective. Prentice Hall