

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF KUALITAS PELAYANAN PADA PT LOTTE SHOPPING INDONESIA TBK CABANG MAKASSAR

Sitti Fadjriyah¹, Sudarmi², Agus Syam³

¹) ^STIM Lasharan Jaya Makassar ✉ fadjriyah@gmail.com

²) ^STIM Lasharan Jaya Makassar ✉ sudarmi978@gmail.com

³) Universitas Negeri Makassar ✉ agussyam76feunm@gmail.com

ABSTRAK

Kunci utama kualitas pelayanan adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. konsumen yang memperoleh pelayanan yang baik dari karyawan akan memberikan rasa senang serta puas sehingga konsumen akan menunjukkan timbal balik yakni dengan datang berkunjung kembali serta memberikan citra yang baik perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar?”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian *Expost Facto*. Penarikan sampel menggunakan teknik insidental dengan jumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan pengukuran skala. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial.

Hasil penelitian menunjukkan, Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar. Persamaan regresi $Y = 1.482 + 0,303X$ Nilai Adjusted R square sebesar 0,728 dan nilai R^2 sebesar 0,530, bahwa 53,00 persen kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sisanya diabaikan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan*

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa yang dapat bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam sebagai akibat dari keterbukaan pasar. Hal tersebut menyebabkan persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Menurut Philip Kotler (2009), “Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya”.

Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Konsumen yang memperoleh pelayanan yang baik dari karyawan akan memberikan rasa senang serta puas sehingga konsumen akan menunjukkan timbal balik yakni dengan datang berkunjung kembali serta memberikan citra yang baik perusahaan di mata konsumen.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006:44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan atau organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan

Purnama, 2004:74).Salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak dalam bisnis ritel adalah PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar yang terletak di Jalan Sultan Alauddin Makassar. PT Lotte Shopping Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *retail*. PT. Lotte Shopping Indonesia adalah sebuah perusahaan nomor 5 terbesar di Korea Selatan, berpengalaman dalam mengoperasikan dunia *retail*, sehingga impian Manajemen Lotte Group adalah menjadikan Lotte menjadi perusahaan retail nomor satu di Asia. Salah satu cabang perusahaan yang dimiliki perusahaan ini adalah PT Lotte Shopping Indonesia Tbk cabang Makassar (Lotte WholeSale).PT Lotte Shopping Indonesia Tbk lebih berfokus kepada *costumer* jenis *retailer* dan HORECA. Kedua konsumen ini melakukan pembelian yang sistem pembelian dalam jumlah besar. *Costumer* jenis ini melakukan pembelian dengan sistem *order* atau pesanan. Proses pelayanan konsumen secara optimal sangat diperlukan dalam pemenuhan kepuasan konsumen. Proses pemenuhan pesanan pelanggan tersebut, karyawan dituntut untuk bekerja secara optimal sehingga tidak terjadi penumpukan pesanan atau orderan agar konsumen atau pelanggan dapat memberikan penilaian yang baik bagi citra perusahaan. Sebagai contoh pada divisi *fresh food* bagian *meat* (daging) dengan jumlah karyawan yang bertugas tiap harinya hanya 2 orang, dengan jumlah pesanan yang banyak karyawan kesulitan memenuhi pengambilan pesanan sesuai permintaan *costumer*.

Rumusan Masalah

Bagaimana kepuasan konsumen dalam perspektif kualitas pelayanan pada PT Lotte Shopping Indonesia Tbk cabang Makassar (Lotte WholeSale)?

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian yang akan dilakukan meliputi dua variabel. Berikut adalah definisi dan indikator variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1. Kualitas pelayanan (X) adalah hasil kerja yang dicapai oleh karyawan dalam melakukan pelayanan kepada konsumen yang berkunjung di PT Lotte Shopping Indonesia Cabang Makassar. Adapun indikator dari kualitas pelayanan yaitu prosedur pelayanan, kejelasan petugas pelayanan, kemampuan petugas pelayanan, kedisiplinan petugas pelayanan, tanggung jawab petugas pelayanan, kemampuan petugas pelayanan, kecepatan pelayanan, kesopanan petugas pelayanan, dan keamanan pelayanan.
2. Kepuasan konsumen (Y), adalah skor yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen PT Lotte Shopping Indonesia cabang Makassar, ditinjau dari beberapa faktor yaitu daya tanggap, kepastian, dan empati yang diukur menggunakan skala kepuasan.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, dengan menggunakan teknik insidental. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, angket dan pengukuran skala. Analisis data menggunakan statistik inferensial, dengan menggunakan SPSS 20.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar digunakan pengujian kuantitatif menggunakan rumus-rumus statistik serta perangkat lunak komputer dengan program *Statistical Product Standar Solution (SPSS) 20* yang dianggap relevan dengan teknik analisis dilakukan data yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan (Variabel X) terhadap kepuasan konsumen (Variabel Y).

Berikut ini tabel ringkasan hasil pengolahan data ordinal ke data interval dengan menggunakan metode *Method Succesful Interval (MSI)*.

Tabel 1 . Hasil Olah Data Ordinal Ke Interval

Kualitas Pelayanan (X)	Kepuasan Konsumen (Y)
-----------------------------------	----------------------------------

Data ordinal	Data interval	Data ordinal	Data interval
1	1,000	1	1,000
2	2,398	2	1,484
3	3,771	3	3,318
4	5,422	4	4,962

Sumber: Olah Data, 2019

Berdasarkan tabel tersebut, data ordinal alternative 1 menjadi data interval 1,000; data ordinal alternatif jawaban 2 menjadi data interval 2,398; data ordinal alternatif jawaban 3 menjadi data interval 3,771; data ordinal alternatif jawaban 4 menjadi data interval 5,422. Sedangkan untuk variabel Kepuasan Konsumen alternatif jawaban 1 menjadi data interval 1,000; alternatif jawaban 2 menjadi data interval 1,484; alternatif jawaban 3 menjadi data interval 3,318; dan data alternatif jawaban 4 menjadi data interval 4,962.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya data variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian normalitas data dengan menggunakan uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* program computer SPSS *For Windows* versi 20. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kualitas pelayanan	kepuasan konsumen
N		100	100
Normal Parameters ^a	Mean	61.1600	17.0400
	Std. Deviation	2.99737	1.24657
Most Extreme Differences	Absolute	.099	.179
	Positive	.081	.148
	Negative	-.099	-.179
Kolmogorov-Smirnov Z		.994	1.794
Asymp. Sig. (2-tailed)		.277	.33

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data setelah diolah, 2019

Berdasarkan perhitungan SPSS 20 *For Windows*, didapat nilai signifikan variabel kualitas pelayanan 0,277, dan nilai signifikan variabel kepuasan konsumen 0,33. Nilai *Asymp. Sig* dari kedua variabel tersebut memiliki nilai diatas 0,05 maka distribusi data masing-masing variabel dikatakan normal.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka data yang dikumpulkan tersebut dianalisis dengan menggunakan SPSS 20.

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.482	1.763		2.840	.004
	kualitas pelayanan	.303	.029	.728	10.518	.000
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						

Sumber: Data setelah Diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh nilai a sebesar 1.482 dan nilai b sebesar 0,303 sehingga apabila dimasukkan dalam persamaan diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.482 + 0,303X$$

Persamaan tersebut berarti bahwa nilai konstanta sebesar 1,482 adalah besarnya kepuasan anggota yang dicapai tanpa memperhatikan tinggi rendahnya kualitas pelayanan atau dengan kata lain apabila kualitas pelayanan (X) = 0, maka kepuasan konsumen (Y) secara konstan adalah sebesar 1,482 sedangkan nilai koefisien arah regresi linear sebesar 0,303 menyatakan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka akan menyebabkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,303 satuan, dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

Uji F

Selanjutnya untuk menguji hipotesis dan mengetahui seberapa besar signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar maka digunakan uji-F.

Tabel Uji Anova

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	89.837	15	5.989	7.860	.000
Within Groups	64.003	84	.762		
Total	153.840	99			

Sumber: Data setelah Diolah, 2019

Adapun rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 = ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

H_1 = tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Syarat Pengujian yakni; $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yakni sebesar $7,860 > 3,94$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada taraf signifikan 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yaitu ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota pada PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar.

Analisis Korelasi

Berdasarkan data dari tabel *correlations* dapat diperoleh koefisien korelasi yang terjadi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	.530	.525	.85873

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data setelah Diolah, 2019

Berdasarkan data pada tabel di atas, diperoleh nilai R sebesar 0,728 dan nilai R² sebesar 0,530 artinya 53 persen besarnya kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan selebihnya yakni 47 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang diabaikan dalam penelitian ini.

Pembahasan

PT Lotte Shopping Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang retail. Perdagangan eceran (*business retail*) adalah suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Perdagangan eceran adalah mata rantai terakhir dalam penyaluran barang dari produsen sampai kepada konsumen. Kualitas pelayanan dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar.

Hutt dan Speh dalam Nasution (2004: 47) Kualitas pelayanan terdiri dari tiga dimensi atau komponen utama yang terdiri dari :

- 1) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output yang diterima oleh pelanggan. Bisa diperinci lagi menjadi:
 - a) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya: harga dan barang.
 - b) *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa atau produk. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kearapihan hasil.
 - c) *Credence quality*, yaitu sesuatu yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa.
- 2) *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
- 3) *Corporate image*, yaitu yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Dimensi yang kredibel yaitu dengan memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: *Tangibles* atau bukti fisik, *Reliability* atau keandalan *Responsiveness* atau ketanggapan, *Assurance* atau jaminan/kepastian, *Empathy* atau kepedulian.

Adapun pengukuran indeks kepuasan pelanggan atau masyarakat tersebut meliputi:Prosedur pelayanan pelanggan, persyaratan Pelayanan, kejelasan petugas pelayanan, kedisiplinan petugas pelayanan, tanggung jawab petugas pelayanan, kemampuan petugas pelayanan, kecepatan pelayanan, keadilan mendapatkan pelayanan, kesopanan dan keramahan petugas, kewajaran biaya pelayanan, kepastian biaya pelayanan, Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, dan keamanan pelayanan.

Hasil analisis data telah dikemukakan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan diterima dan menunjukkan adanya kontribusi. Hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar, pada penelitian ini relevan dengan kerangka pikir yang telah dikembangkan berdasarkan teori-teori yang mendukung penelitian. Untuk lebih jelasnya akan dibahas tentang hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya tentang seberapa besar kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen di PT Lotte Shopping Indonesia Tbk Cabang Makassar.

Menurut Kotler (2003), pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkatan kepuasan, yaitu:

- 1) Bila kinerja lebih rendah dari harapan konsumen
- 2) Bila kinerja sesuai dengan harapan konsumen
- 3) Bila kinerja melebihi dari harapan konsumen

Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. konsumen yang memperoleh pelayanan yang baik dari karyawan akan memberikan rasa senang serta puas sehingga konsumen akan menunjukkan timbal balik yakni dengan datang berkunjung kembali serta memberikan citra yang baik perusahaan dimata konsume

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia

Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian (Edisi Kedua)*. Jakarta: Salemba Empat.

Nanang Tasunar. 2006. "Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Morodemak". *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 1 Mei 2006, h. 41-62. [diakses 2 Februari 2019]

Nasution, M.Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suratno, Sri dan Purnama, Nursya' Bani. 2004. "Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua". *Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 1, h. 69-87. [diakses 2 Februari 2019]