

## PENGARUH PELAYANAN TOKO SABILA FASHION TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN

Rossa Ayuni<sup>1</sup>, Meirani<sup>2</sup>, Wila Satini<sup>3</sup>

[rossaayuni@yahoo.com](mailto:rossaayuni@yahoo.com)<sup>1</sup>, [meirani@umb.ac.id](mailto:meirani@umb.ac.id)<sup>2</sup>, [wilasatini@gmail.com](mailto:wilasatini@gmail.com)<sup>3</sup>

Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

### Abstrack

Penelitian bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Jenis Penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif Populasi dalam Penelitian ini adalah Konsumen Toko Sabila Fashion. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel *accidental sampling* yang berdasarkan kebetulan karena jumlah responden lebih dari 30 kurang dari 500 maka pengambilan sampel dalam Penelitian ini adalah sebanyak 20% dari jumlah populasi yang ada, karena populasi lebih dari 30 kurang dari 500 yaitu 175 konsumen. Berarti  $175 \times 20\% = 35$  konsumen. Teknik Pengumpulan data menggunakan observasi, angket, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pelayanan terkategori “sangat baik” yaitu sebesar 44,2. 2) Kepuasan Konsumen terkategori” puas” yaitu sebesar 39,42. 3) pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan diperoleh hasil F hitung 33,00 > F tabel db (n-2) a 0,05 = 4,13. Sedangkan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 35,0 yang berarti bahwa 35,0% Pelayanan dipengaruhi oleh Kepuasan Konsumen.

**Kata Kunci : Pelayanan, Kepuasan Konsumen.**

### PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan dan kepuasan dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas layanan dan kepuasan merupakan salah satu faktor penentu untuk suatu pemilihan. Perkembangan masyarakat yang semakin maju, mengakibatkan kebutuhan hidup masyarakat ikut mengalami perkembangan, tidak hanya kebutuhan pokok, pendidikan dan kesehatan saja tetapi di ikuti dengan kebutuhan lainnya salah satunya mengenai fashion (gaya berpakaian).

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan wajib masyarakat sejak mereka lahir hingga saat ini, banyak sekali tempat yang menjual atau menyediakan pakaian seperti di mall, toko, dan pasar. Masyarakat kebanyakan cenderung lebih suka berbelanja pakaian di tempat yang strategis, bersih, pelayanan yang baik, tentunya juga dengan harga yang lumayan murah. Menurut Nugroho (dalam Nella 2011:28) salah satu cara memenangkan persaingan adalah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing yang akan

menyebabkan pelanggan menjadi lebih puas. Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Kotler (dalam Rahardjo 2016:54) Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang di harapkan.

Menurut Tjiptono (dalam Sunarti 2017:2) Kepuasan Konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh Konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut Bachtiar (dalam Sunarti 2016:2) Kepuasan Konsumen merupakan perasaan positif Konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk. Menurut Oliver (dalam Rahardjo 2016:54) Kepuasan adalah menghormati apa yang diinginkan Konsumen. Menurut Handi (dalam Rahardjo 2016:55) Kepuasan Konsumen adalah suatu persepsi terhadap produk dan jasa yang telah memenuhi harapannya. Menurut Lovelock dan Wirtz (2017:74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan Konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi Konsumen. Kepuasan Konsumen dapat diciptakan melalui Kualitas, pelayanan dan nilai. Adapun indikator kepuasan konsumen yaitu Kualitas Produk (*Product Quality*), harga, emosi dan biaya,

Menurut Sviokla (dalam Bhakti 2011:88) kualitas layanan adalah sejauh mana layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan harapan dari pelanggan. Untuk menganalisis kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan mengkuantifikasi dimensi kualitas dengan menggunakan wawancara yang disebarkan responden. Menurut Zeithaml (dalam Boky 2017:279) mengukur kualitas jasa dengan mengetahui perbedaan/gap antara harapan dengan persepsi pengguna jasa. Pengukuran kualitas pelayanan dalam model Servqual didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pengguna jasa, serta gap diantara keduanya dalam dimensi-dimensi utama kualitas jasa.

Konsep Pelayanan merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara Konsumen dengan karyawan. Menurut Zeithaml (dalam Sunarti 2017:2) konsep Pelayanan terdiri dari berbagai jenis diantaranya. Pertama, Bukti Langsung (*Tangible*) kedua, Keandalan (*Reliability*) ketiga, Daya Tanggap (*Responsiveness*) keempat, Jaminan (*Assurance*) dan kelima, Kepedulian/ Empati (*Empathy*). Maka kualitas pelayanan dapat diukur melalui: (a) Ketepatan waktu dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan. (b) Kemampuan untuk menanggapi permintaan atau keluhan pelanggan dengan cepat. (c) Kemampuan untuk menjawab pertanyaan dan masalah yang diajukan pelanggan. (d) Kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan. (e) Karyawan perusahaan yang berpenampilan rapi.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. teknik pengumpulan data kuesioner (angket), obsevasi dan dokumentasi sebagai

bukti bahwa peneliti telah melakukan penelitian. Pada tahap ini peneliti mengadakan penelitian langsung terhadap objek seluruh konsumen di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, kemudian peneliti langsung kepada populasi dan sampel. Teknik pengelolaan data untuk menjawab permasalahan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut. Untuk mengetahui Pelayanan di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, dapat menggunakan rumus rata-rata.

Dalam menganalisis data penelitian menggunakan alat analisis statistik yaitu regresi linier sederhana. Hal ini digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan melalui penyebaran angket kepuasan konsumen kepada 35 responden tentang “pengaruh pelayanan toko sabila fashion terhadap tingkat kepuasan konsumen” adapun indikator kepuasan konsumen pada penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, emosi, biaya.

**Tabel 1**  
**Total Skor Kuesioner (Angket ) Kepuasan Konsumen**

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Total Skor Angket ( Variabel Y )</b>	<b>kategori</b>
1.	Ake Alion Saputra	39	Puas
2.	Erki Kurniawan Syaputra	40	Puas
3	Frengky	40	Puas
4	Tomi Setiawan	39	Puas
5	Lena Meutiah Febrian	40	Puas
6	Bambang Setiawan	38	Puas
7	Chahima Gustina	40	Puas
8	Rerek Panjaitan	39	Puas
9	Jeki Hartawan	39	Puas
10	Ronal Agung Pratama	40	Puas
11	Bahayu Nugroho Pratama	40	Puas
12	Ricky Oktanto	40	Puas
13	Muhamad Akbar	40	Puas

14	Igo Dwi Aditya	40	Puas
15	Resko	39	Puas
16	Lemi Lestari	38	Puas
17	Resta Insavilla	40	Puas
18	Domi Saputra	40	Puas
19	Shindy Andika Syaputra	39	Puas
20	Rahmat Kurmata	40	Puas
21	Randy Dwika Putra	39	Puas
22	Resmiarty	40	Puas
23	Pisi Turiani	39	Puas
24	Yarmici	40	Puas
25	Anes Febriani	39	Puas
26	Helta Sripahayu	40	Puas
27	Ramadandi	38	Puas
28	Maulanan Sya'ii	40	Puas
29	Dody Eka Saputra	40	Puas
30	Fatrik Nermawan	39	Puas
31	Sapar	38	Puas
32	Lian	40	Puas
33	Dian	39	Puas
34	Biswan Putra	39	Puas
35	Cici Putri Intan	40	Puas
	<b>Jumlah</b>	<b>1.380</b>	

*(Sumber data : hasil pengelolaan data 2021)*

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Pelayanan di Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan diperoleh rata-rata sebesar 44,2 yaitu dengan nilai interval antara (42-50) adalah "Sangat baik". Sedangkan Kepuasan Konsumen di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan dari hasil pengolahan data diperoleh rata-rata sebesar

39,42 yaitu berada pada interval 34-41 dengan kategori “ puas”.

Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa variabel Pelayanan yang meliputi kualitas barang, pelayanan yang baik, dan tempat yang strategis ternyata mampu memberikan pengaruh kepada Konsemen pada saat melakukan transaksi pembeli pakaian di Toko Sabila Fashion di jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Faktor Kepuasan Konsumen yang meliputi Kualitas pakaian, Harga, Emosi, Biaya. Serta jenis dan macam pakaian, kualitas pakaian, ukuran dan lain sebagainya. Seperti terlihat bahwa di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan menawarkan dan menjual berbagai pakaian yang menjadi kebutuhan konsumen setiap hari dengan kualitas yang terjamin. Semua pakaian dikemas dan dibungkus rapi dalam bentuk yang berbeda-beda sesuai dengan isi pakaiannya. Pakaian yang dikemas ini memberikan jaminan bagi konsumen akan terlihat bersih dan aman di pakai. Faktor tempat yang meliputi lokasi penjualan, jarak tempuh, tempat yang strategis. Kalau dilihat dari letak dan posisi Toko Sabila Fashion sudah pasti sangat strategis dan juga sangat mudah didatangi karena sangat dekat dengan konsumen. Hal inilah yang menyebabkan dalam hasil penelitian ternyata faktor tempat adalah variabel yang memiliki pengaruh utama dalam menciptakan kepuasan bagi konsumen.

Disamping itu kalau berbelanja di Sabila Fashion maka terasa semua pakaian tertata dengan rapi, kebersihan terjaga dengan baik dan terasa sejuk karena ruangan dilengkapi dengan pendingin udara. Toko Sabila Fashion juga menyediakan beberapa kursi untuk konsumen yang ingin beristirahat sebentar sembari melirik-lirik pakaian yang sudah di pajang di depan Toko. Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, maka terlebih dahulu membandingkan antara  $f$  hitung dengan  $f$  tabel  $db/dk$  yaitu ( $db/dk$  nomenator dan  $db$  sisa). Apabila  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel dengan  $db$  ( $n-2$ ) maka hipotesis ( $H_0$ ) ditolak dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Dari langkah- langkah tersebut dapat diringkas dalam bentuk tabel ANAVA (analisis variansi).

**Tabel 2**  
**Analisis Variansi (ANAVA)**

Sumber Varians	Dd/ dk	Sum Of Squares	Mean Of Squares	F
Regresi a	1	54.441	54.441	33,00
Regresi a/b	1	648.945	648.945	
Sisa	33	648.932	19.664	
Total	35			

(Sumber data : hasil pengelolaan data 2021)

Berdasarkan hasil perhitungan dari hasil uji linearitas regresi linier sederhana  $F$  hitung  $33,00 >$   $F$  tabel  $db$  ( $n-2$ ) a  $0,05 = 4,13$ . Jadi  $f$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel ( $33,00 >$   $4,13$ ) artinya terdapat pengaruh yang signifikan Pelayanan terhadap

Kepuasan Konsumen di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pelayanan di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan tergolong kategori Sangat baik yaitu dengan nilai 44,2. Kepuasan konsumen di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan tergolong kategori puas yaitu dengan nilai 39,42. pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Sabila Fashion jalan Jendral Sudirman Pasar Manna Kabupaten Bengkulu Selatan diperoleh hasil F hitung  $33,00 > F$  tabel db  $(n-2)$  a  $0,05 = 4,13$ .  $> F$  tabel ( $33,00 > 4,13$ ) yaitu besar tingkat pengaruhnya adalah 35,0 %. Adapun saran dalam penelitian ini Pelayanan yang sangat baik di Toko Sabila Fashion harus di pertahankan supaya pelanggan merasa puas dan kembali lagi berbelanja ke Toko Sabila Fashion. Apabila terdapat Pelayanan yang kurang baik di Toko Sabila Fashion pihak Toko segera memperbaiki kesalahan tersebut dalam hal melayani konsumen pada saat mereka melakukan transaksi berbelanja di Toko Sabila Fashion Tersebut.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aliyyah, Dwi. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Volume 51 no.2. Hal:1-7.*
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta : Bumi Aksara.
- A.S. Moenir, 2010. *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia.* Bumi Aksara : Jakarta. Hal 88.
- Angelin, Febe. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Zybrick Coffe & Cantina. Volume 5 no.3. Hal: 1-9.*
- Boky, Yonas. 2016. *Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik Sekolah Tinggi Theologia Jaffay Makasar.* Journal Jaffray : 272.
- John Sviokla, Lupiyoadi, Rambat Dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta ; Selemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*  
Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7.* Jakarta ; Erlangga.

- Retno, Hastani. 2013. *Pengaruh Indikator-Indikator Kualitas Layanan Dari Bagian Layanan Mahasiswa Dan Kualitas Produk Portal Mahasiswa Terhadap Kepuasan Mahasiswa. Volume 6 no.1. Hal:47-67*
- Setiawan, Tommy. 2016. *Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville Volume 2 no. Hal ;51-68.*
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.* Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.* Bandung:Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Andi Offset, Yogyakarta.