

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SEPATU SURABAYA PUTRA DENPASAR

Ni Komang Mitayani¹
I Gusti Gede Purwa Sudarta²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai Denpasar
e-mail: mitayanimang@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar. Untuk menentukan faktor-faktor pelayanan yang harus diutamakan untuk diperbaiki sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar. Metode yang digunakan dalam penelitian menggunakan data kualitatif dan kuantitatif, data primer dan data sekunder yang dikumpulkan dengan cara Observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Kuesioner disebarikan kepada 74 orang responden, untuk selanjutnya dilakukan analisis dengan alat analisis seperti: indeks kepuasan pelanggan dan *importance-performance analysis*. Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan, kepuasan konsumen yang mendapatkan pelayanan di Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar berdasarkan indeks kepuasan rata-rata konsumen dari masing-masing kualitas pelayanan menunjukkan sebagian besar mempunyai nilai positif (puas) hanya atribut No.7, 12, 17, 18, 19, 20, 23, dan No.25 yang mempunyai nilai negatif (tidak puas). Secara keseluruhan indeks kepuasan rata-rata konsumen dari masing-masing atribut mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,07 dapat dikategorikan puas. Faktor-faktor yang perlu mendapatkan prioritas utama agar kepuasan konsumen meningkat pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar adalah atribut No.10, kesigapan karyawan pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar. Sesuai dengan simpulan hasil pembahasan, agar kepuasan konsumen dapat meningkat, pihak Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar harus selalu meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara memperbaiki atribut-atribut yang masih berada di bawah harapan konsumen dan meningkatkan kinerjanya.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen*

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the quality of service to customer satisfaction at Surabaya Putra Shoes Store Denpasar. To determine the service factors that should be prioritized to be improved so as to increase customer satisfaction at Surabaya Putra Shoes Store Denpasar. The method used in the study using qualitative and quantitative data, primary data and secondary data collected by means of observation, interviews, documentation, and questionnaires. Questionnaires distributed to 74 respondents, for further analysis with analysis tools such as: customer satisfaction index and importance-performance analysis. Based on the results of the analysis, it can be concluded that the satisfaction of consumers who get service in Surabaya Putra Denpasar Shoes Store based on the average customer satisfaction index from each service quality shows that most of them have positive value (satisfied) only attribute No.7, 12, 17, 18, 19, 20, 23, and No.25 which have negative values (not satisfied). Overall, the average customer satisfaction index of each attribute has an average value of 0.07 can be categorized as satisfied. The factors that need to get the top priority in order to increase consumer satisfaction in Surabaya Putra Shoes Shop is the attribute of No.10, kesbapan employees at Surabaya Putra Shoes Store Denpasar. In accordance with the conclusion of the results of discussion, for consumer satisfaction can increase, the Surabaya Shoe Store Putra Denpasar should always improve the quality of service by improving the attributes that are still below consumer expectations and improve its performance.

Keywords: *service quality and customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Pada dewasa ini perkembangan dunia perekonomian yang semakin maju membawa dampak cukup signifikan terutama bagi dunia usaha saat ini. Semakin banyaknya usaha kecil ataupun besar yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen antara lain berupa kualitas pelayanan itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa terpuaskan. Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar adalah salah satu perusahaan yang berada di Denpasar yang menjual produk sepatu, dimana dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen mengalami persaingan yang cukup ketat. Mengingat kondisi tersebut Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar saat ini terus berusaha melakukan berbagai kegiatan pemasaran untuk meningkatkan jumlah konsumen sehingga perolehan laba semakin meningkat. Keluhan berkaitan dengan kualitas pelayanan pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar antara lain: Koleksi sepatu tak lengkap, seringnya kehabisan size sepatu, kesediaan dan kenyamanan para pegawai dalam membantu konsumen dan merespon atau memberikan layanan dengan tanggap dan cepat kepada konsumen. Permasalahan-permasalahan tersebut dikhawatirkan akan dapat mengurangi kepuasan konsumen untuk membeli produk dari Toko

Sepatu Surabaya Putra Denpasar, sehingga cukup relevan diadakan penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar”

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar?
- b. Faktor-faktor pelayanan manakah yang diutamakan untuk di perbaiki sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Toko Sepatu Surabaya Putra Cabang Denpasar yang beralamat di Jalan WR.Supratman No.147 Denpasar Timur. Obyek penelitian ini adalah Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV / Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar. Dalam penelitian ini digunakan variabel yang diteliti antara lain: Kualitas pelayanan terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terdiri dari kinerja, harapan dan derajat kepentingan

Populasi dalam penelitian ini ada sebesar 294 konsumen rata-rata perbulan periode Januari sampai

dengan September 2017. Dari jumlah populasi tersebut

diambil menggunakan Metode Slovin dalam Umar (2008:108) dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e =

Persentase kelonggaran

ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, dalam hal ini 10%.

Dengan demikian besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 74 orang, dimana teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara memilih secara acak konsumen yang sedang melakukan pembelian sepatu yang ditemui di lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini caranya menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner.

PEMBAHASAN PENELITIAN

HASIL

4.1 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa rata-rata indeks kepuasan konsumen dari 74 responden adalah 49,01 termasuk katagori cukup puas. Katagori sangat tidak puas sebanyak 0%, tidak puas sebanyak 0%, kategori cukup puas sebanyak 74 orang (100%) dan katagori puas sebanyak (0%) dan sangat puas 0%. Dengan demikian pernyataan responden yang paling banyak adalah cukup puas.

4.2 Hasil *Importance-Performance Analysis* dapat dilihat pada Tabel 5.4 sebagai berikut:

Tabel 5.4 Indeks Rata-Rata Kepuasan Konsumen Menurut Faktor-Faktor Penentunya dari Masing-Masing Kualitas Pelayanan Produk Sepatu di Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar

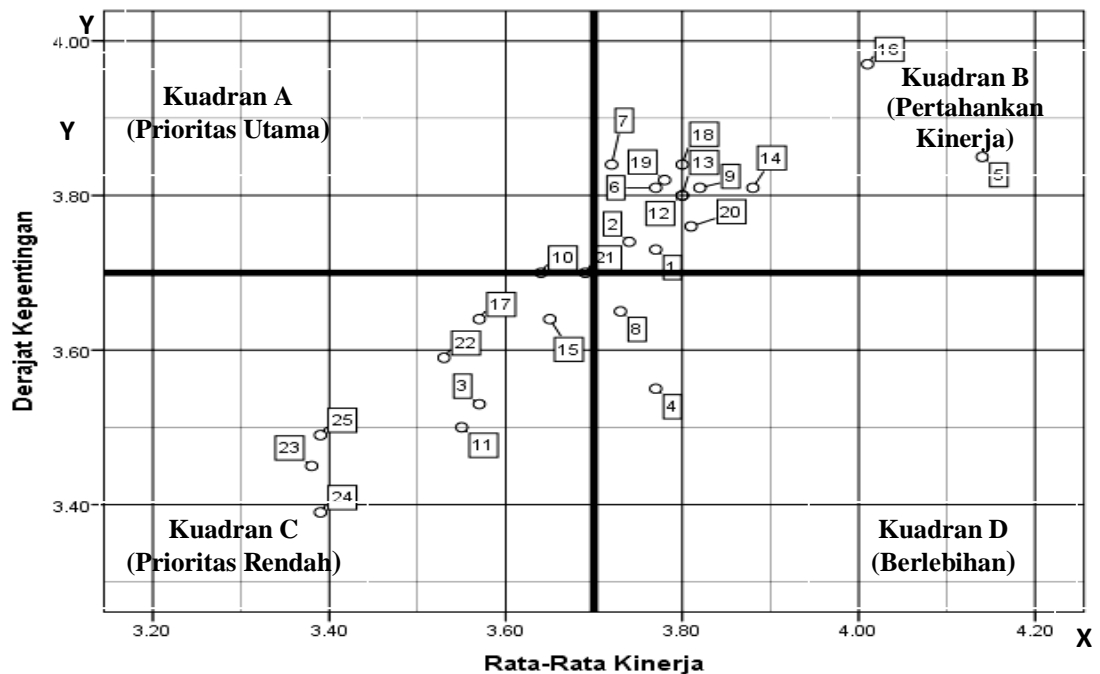
No	Atribut	Mean Harapan	Mean Kinerja	Mean Derajat Kepent.	Gap	Indeks Rata-Rata Kepuasan	Kategori
I. Bukti Langsung							
1	Kenyamanan gedung	3,73	3,77	3,73	0,04	0,14	puas
2	Kerapian karyawan	3,74	3,74	3,74	0	0	puas
3	Penggunaan peralatan standar	3,55	3,57	3,53	0,02	0,07	puas
4	Desain interior	3,59	3,77	3,55	0,18	0,63	puas
5	Penataan sepatu	3,95	4,14	3,85	0,19	0,73	puas
Jumlah Pada Bukti Langsung		18,59	18,99	18,41	0,43	1,57	puas
Rata-rata Pada Bukti Langsung		3,71	3,79	3,68	0,08	0,31	puas
II. Keandalan							
6	Ketepatan kasir bertransaksi	3,72	3,77	3,81	0,05	0,19	puas
7	Proses pembayaran cepat	3,78	3,72	3,84	-0,06	-0,23	tidak puas
8	Perhatian karyawan	3,69	3,73	3,65	0,04	0,14	puas
9	Pelayanan ramah	3,81	3,82	3,81	0,01	0,03	puas
10	Kesigapan karyawan	3,54	3,64	3,70	0,10	0,37	puas
Jumlah Pada Bukti Keandalan		18,54	18,68	18,81	0,14	0,50	puas
Rata-rata Pada Keandalan		3,70	3,73	3,76	0,02	0,10	puas
III. Daya Tanggap							
11	Kemampuan karyawan menangani keluhan	3,51	3,55	3,50	0,04	0,14	puas
12	Kemampuan karyawan memberikan informasi	3,81	3,80	3,80	-0,01	-0,03	tidak puas
13	Keramahan karyawan	3,76	3,80	3,80	0,04	0,15	puas
14	Kemampuan karyawan berkomunikasi	3,88	3,88	3,81	0	0	puas
15	Kecepatan karyawan	3,61	3,65	3,64	0,04	0,14	puas
Jumlah Pada Daya Tanggap		18,57	18,68	18,53	0,11	0,40	puas
Rata-rata Pada Daya Tanggap		3,71	3,73	3,70	0,02	0,08	puas
IV. Jaminan							
16	Keamanan parkir	4,01	4,01	3,97	0	0	puas
17	Harga terjangkau	3,61	3,57	3,64	-0,04	-0,14	tidak puas
18	Kenyamanan toko	3,86	3,80	3,84	-0,06	-0,23	tidak puas
19	Kebersihan toko	3,85	3,78	3,82	-0,07	-0,26	tidak puas
20	Kualitas sepatu	3,84	3,81	3,76	-0,03	-0,11	tidak puas
Jumlah Pada Jaminan		19,16	18,96	19,01	-0,20	-0,74	tidak puas
Rata-rata Pada Jaminan		3,83	3,79	3,80	-0,04	-0,14	tidak puas
V. Empati							
21	Perhatian karyawan tanpa memandang status sosial	3,61	3,69	3,70	0,08	0,29	puas
22	Perhatian karyawan terhadap keluhan	3,51	3,53	3,59	0,02	0,07	puas
23	Perhatian penuh	3,46	3,38	3,45	-0,08	-0,27	tidak puas
24	Kesesuaian pelayanan	3,39	3,39	3,39	0	0	puas
25	Keinginan karyawan membantu konsumen	3,41	3,39	3,49	-0,02	-0,06	tidak puas
Jumlah Pada Empati		17,38	17,38	17,62	0	0,03	puas
Rata-rata Pada Empati		3,47	3,47	3,52	0	0,00	puas
Jumlah pada kualitas pelayanan		92,24	92,69	92,38	0,48	1,76	puas
Rata-rata pada kualitas pelayanan		3,68	3,70	3,69	0,01	0,07	puas

sumber lampiran 2,3,dan 4

Rata-rata derajat kepentingan (*mean importance*) dan rata-rata kinerja (*mean performance rating*) dihitung dari total skor untuk setiap atribut yang diperoleh, kemudian nilai rata-rata tersebut dijadikan dasar untuk menggambar suatu grafik dua dimensi. Sumbu vertikalnya adalah

mean importance sedangkan sumbu horizontalnya adalah *mean performance*. Hasil perhitungan pada Tabel 5.4 disajikan dalam salib sumbu pada diagram kartesius *importance-performance analysis* seperti Gambar 5.1 sebagai berikut:

Gambar 5.1 Hasil Diagram Kartesius Importance Performance Analysis Antara Kinerja Terhadap Derajat Kepentingan



Berdasarkan Gambar 5.1 dapat dijelaskan bahwa hasil pengukuran kepuasan konsumen dari atribut-atribut kualitas pelayanan ini berdasarkan kinerja dan derajat kepentingannya, memungkinkan Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar dapat menitik beratkan usaha-usaha perbaikan untuk atribut-atribut yang benar-benar kuadran (kuadran A, kuadran B, Kuadran C dan kuadran D). Setelah data dianalisis perlu dilakukan pembahasan dari hasil analisis data yaitu untuk mencari

makna yang lebih luas dan implikasi dari hasil analisis. Berdasarkan analisis kepuasan konsumen diperoleh indeks kepuasan rata-rata konsumen dari masing-masing atribut kualitas pelayanan menunjukkan sebagian besar mempunyai nilai positif (puas). Secara keseluruhan indeks kepuasan rata-rata konsumen dari masing-masing atribut mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,07 dapat dikategorikan puas. Berdasarkan *importance-performance analysis* diketahui,

- a. Dari atribut kualitas pelayanan yang masuk dalam kuadran A (prioritas utama) yaitu sebanyak 1 atribut menunjukkan atribut tersebut di nilai sangat penting bagi konsumen sedangkan pelaksanaannya masih belum memuaskan.
 - b. Sebagian besar atribut kualitas pelayanan yaitu sebanyak 14 atribut berada pada kuadran B artinya atribut tersebut sebaiknya dipertahankan kinerjanya karena respon konsumen terhadap kualitas pelayanan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen.
 - c. Sebanyak 8 atribut kualitas pelayanan berada pada kuadran C artinya atribut tersebut dijadikan sebagai prioritas rendah dalam pelaksanaannya karena respon konsumen terhadap kualitas pelayanan dinilai masih dianggap kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja.
 - d. Sebanyak 2 atribut kualitas pelayanan berada pada kuadran D artinya pelaksanaan dari atribut tersebut adalah berlebihan karena atribut tersebut dinilai tidak terlalu penting oleh konsumen, namun pelaksanaannya dapat memuaskan konsumen.
- Kualitas pelayanan dari masing-masing atribut secara keseluruhan dapat diketahui sebagian besar memuaskan konsumen, hal ini terlihat dari nilai rata-rata kinerja yang lebih besar dari nilai harapan konsumen. Usaha-usaha perbaikan untuk atribut-atribut yang benar-benar dianggap penting oleh konsumen dapat dilakukan pada Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar, berdasarkan letak atribut kualitas pelayanan pada masing-masing kuadran.

Simpulan

berdasarkan uraian dan hasil analisis data pada bab V, maka dapat diberikan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kepuasan konsumen yang mendapatkan pelayanan di Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar berdasarkan indeks kepuasan rata-rata konsumen dari masing-masing kualitas pelayanan menunjukkan sebagian besar

mempunyai nilai positif (puas), hanya atribut No.7, proses pembayaran cepat, No.12, kemampuan karyawan memberikan informasi, No.17, harga terjangkau, No.18, kenyamanan toko, No.19, kebersihan toko, No.20, kualitas produk sepatu, No.23, Perhatian penuh kepada konsumen, dan No.25, keinginan karyawan dalam membantu konsumen

yang mempunyai nilai negatif (tidak puas) dengan indeks rata-rata kepuasan konsumen masing-masing adalah -0,23; -0,03; -0,14; -0,23; -0,26; -0,11; -0,27; dan -0,06. Secara keseluruhan indeks kepuasan rata-rata konsumen dari masing-masing atribut mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,07 dapat dikategorikan puas.

- b. Faktor-faktor pelayanan yang perlu diperbaiki agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yaitu pada faktor daya tanggap, jaminan, dan empati.

Saran

Sesuai dengan kesimpulan dari hasil pembahasan, dapat diajukan saran-saran yang dapat diberikan bagi Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar adalah sebagai berikut:

- a. Agar kepuasan konsumen dapat meningkat, pihak Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar harus meningkatkan kualitas pelayanan yang masih di bawah harapan konsumen / belum bisa memuaskan konsumen.
- b. Sebaiknya Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan cara memperbaiki atribut-atribut yang masih berada dibawah harapan konsumen menjadi sama atau

melebihi harapan konsumen. Dari atribut kualitas pelayanan, atribut yang paling banyak tidak dapat memuaskan konsumen yaitu daya tanggap, jaminan dan empati. Perlu dilakukan *survey* secara periodik mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga dapat terus dilakukan perbaikan terhadap kekurangan-kekurangan yang ada

Sesuai dengan kesimpulan dari hasil pembahasan, dapat diajukan saran-saran yang dapat diberikan bagi Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar adalah sebagai berikut:

Agar kepuasan konsumen dapat meningkat, pihak Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar harus meningkatkan kualitas pelayanan yang masih di bawah harapan konsumen / belum bisa memuaskan konsumen.

Sebaiknya Toko Sepatu Surabaya Putra Denpasar meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan cara memperbaiki atribut-atribut yang masih berada dibawah harapan konsumen menjadi sama atau melebihi harapan konsumen. Dari atribut kualitas pelayanan, atribut yang paling banyak tidak dapat memuaskan konsumen yaitu daya tanggap, jaminan dan empati. Perlu dilakukan *survey* secara periodik mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga dapat terus dilakukan perbaikan terhadap kekurangan-kekurangan yang ada

REFRENSI

- Adi, Saputra Yasa Kadek dan IGA Ketut Sri Ardani. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Warnet Nadiputra Denpasar: Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana, Bali.
- Amertha, Ayu Putu. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Siap Saji Pizza Hut Gatot Subroto Tengah Denpasar: Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai Denpasar.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran Edisi Milenium, Jakarta: PT.Prehallindo
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran Jakarta: PT. Prehallindo
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran.Edisi-12, Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler Philip & Amstrong. 2006. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K.Wright. Manajemen Pemasaran Jasa. 2005. Cetakan Pertama. Jakarta: Indeks.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. Evaluasi Kinerja SDM, Jakarta: Refika Aditama.
- Nasution.M.N 2002. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Rangkuti f. 2008. The Power Of Brand. Jakarta: Penerbit Yasa.
- Ridlo, Rien Risqy Rochyan. Dkk 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada konsumen PT.Graha Service Indonesia cabang Semarang). Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Management Universitas Pendaran Semarang.
- Shastri, H.P. Sutrayoga Ambika dan Agus Satria Pramudana, KM. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar. Denpasar: Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana. Bali.
- Stanton, William J. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid Ke Tujuh. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiarto. 2003. Teknik Sampling. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012, Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Ke-21. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Supranto, J. 2009. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. Manajemen jasa. Edisis Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Tjiptono, Fandy.2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy.2012. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar, Husein. 2008. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, Tony. 2011. Manajemen kualitas jasa,Cetakan ke-1. Kembangan-Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Winardi, 2007. Manajemen Perilaku Organisasi, Jakarta: Kencana