

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Retno Ayu Dewi Novitawati¹; Budi Prihatminingtyas²; Imansyah³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi

Email: retta11171@gmail.com; imanprasta248@gmail.com

Abstrak: Berbisnis sekarang semakin lama semakin sengit, berbagai perusahaan bekerja keras agar tetap bisa bersaing dan mempertahankan posisinya serta merebut pangsa pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun secara parsial serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik. Sedangkan untuk variabel terikatnya yaitu Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilaksanakan pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Uji hipotesis menggunakan uji t (t-test). Berdasarkan hasil Uji F pada penelitian ini menunjukkan sig. F $0,516 > 0,05$ yang artinya Kualitas Pelayanan secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil Uji t didapat hasil bahwa variabel keandalan (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel daya tanggap (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel jaminan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel empati (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel bukti fisik (X_5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: kualitas pelayanan; kepuasan konsumen

Abstract: *Business competition is increasingly fierce now, making various companies work hard to remain able to compete and maintain their position and gain market share. This study aims to find out and explain the influence of the dimensions of service quality on customer satisfaction both simultaneously and partially and to find out the variables that have the dominant influence on customer satisfaction in the Canteen of the University of Tribhuwana Tunggadewi Malang. The independent variables used in this study include Reliability, Response, Assurance, Empathy, and Physical Evidence. Whereas the dependent variable is Consumer Satisfaction. This research was conducted at the Canteen of the University of Tribhuwana Tunggadewi Malang. This type of research is quantitative. The population of this study was consumers of the Canteen at the University of Tribhuwana Tunggadewi Malang. Hypothesis testing uses t test (t-test). Based on the results of the F Test, this study shows sig. F $0.516 > 0.05$, which means that Service Quality together does not have a significant effect on Consumer Satisfaction. Based on the results of the t test, the results of the reliability variable (X_1) does not have a significant effect on customer satisfaction, responsiveness variable (X_2) does not have a significant effect on customer satisfaction, the guarantee variable (X_3) has a significant influence on customer satisfaction, the empathy variable (X_4) does not have a significant effect on consumer satisfaction, and Physical proof variable (X_5) does not have a significant effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Service Quality; Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Berbisnis sekarang semakin lama semakin sengit , berbagai perusahaan bekerja keras agar tetap bisa bersaing dan mempertahankan posisinya serta merebut pangsa pasar. Perusahaan dituntut untuk selalu terus meningkatkan kualitas pelayanannya ,karena perusahaan yang mampu bertahan lama dan mampu bersaing adalah perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas dan berbeda dengan para pesaing lainnya. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen adalah akibat dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dengan sangat baik sehingga membuat konsumen merasa percaya terhadap perusahaan dan akan menjalin hubungan yang baik dan memberikan citra yang positif tentang perusahaan terhadap orang lain. Dibutuhkan usaha yang keras agar tujuan perusahaan dapat tercapai (Windarti,2012).

Kepuasan konsumen akan tercipta apabila suatu perusahaan memberikan pelayanan yang baik. Menurut Rohman (2017), pelayanan merupakan salah satu elemen penting untuk mempertahankan perusahaan dalam era global yang penuh persaingan, sehingga apabila perusahaan ingin dapat bersaing, maka pelayanan kepada konsumen harus benar-benar dijaga. Selanjutnya apabila konsumen merasa puas dan terpenuhi apa yang dibutuhkan, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang serta akan merekomendasikan orang lain (Adhiyanto,2012). Setiap kampus pastimenyediakan berbagai fasilitas untuk para mahasiswanya baik itu milik kampus itu sendiri yang memang disediakan untuk para mahasiswanya maupun milik peorangan diluar kampus yang bekerja sama dengan pihak kampus seperti salah satu contohnya adalah kantin, keberadaan kantin sangat dibutuhkan oleh mahasiswa. Kantin merupakan fasilitas yang sangat penting keberadaanya untuk para mahasiswa, sebagaimana yang kita sadari kehadiran kantin di sebuah kampus sangat dibutuhkan oleh para mahasiswa, kantin kampus adalah tempat dimana para mahasiswa biasa meluangkan waktunya untuk makan , minum, atau hanya sekedar beristirahat dan duduk bersama teman-temannya sambil menunggu jam kuliah.

Kualitas produk dan jasa termasuk faktor yang penting dalam meningkatkan persaingan. Masing-masing dari konsumen mempunyai keinginan yang berbeda-beda dan setiap saat bisa berubah, sehingga kualitas pelayanan maupun kualitas produk yang diberikan harus disesuaikan dengan keinginan para konsumen. Konsumen yang sekarang dengan konsumen yang dulu sangat jauh perbedaanya, konsumen akan membandingkan dan menilai pelayanan yang diberikan oleh salah satu perusahaan dengan perusahaan lainnya yang dalam bidang yang sama, juga mereka akan membandingkan layanan yang didapatkan dengan apa yang mereka terima.

Prihatminingtiyas (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah bagaimana sikap kesopanan dan kata-kata yang diucapkan serta yang disampaikan oleh penjual kepada konsumen yang membeli produk tersebut. Upaya untuk mempertahankan pelanggan, pengelola kantin harus terlibat langsung dalam melihat dan memenuhi kebutuhan serta kepuasan konsumen. Hal ini harus mendapatkan perhatian yang baik, namun dengan tidak mengesampingkan pelanggan baru karena dengan terciptanya kepuasan pelayanan dan kenyamanan serta fasilitas yang diberikan dalam kantin tersebut diharapkan akan membawa berbagai manfaat salah satu contohnya adalah terciptanya *image* kantin yang positif yang disebarkan oleh konsumen khususnya para mahasiswa dari mulut ke mulut dan terciptanya

kesetiaan konsumen terhadap kantin serta ini juga bisa menjadi media promosi yang gratis bagi pihak pengelola kantin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun secara parsial serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. Ini harus dilakukan dengan gerakan kreatif inovatif serta berani dalam mengambil keputusan yang tepat untuk bias mengurangi kerugian³ (Budi Prihatminingtiyas: 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian (*explanatory research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang yang berada di Jl. Telaga Warna Tlogomas Malang. Untuk sampel yang didapat sebanyak 60 orang responden dan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan analisis regresi linear sederhana. Uji keabsahan data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Untuk menguji pengaruh antar variabel, peneliti menggunakan uji T dan Koefisien Determinasi (R^2) dengan rumus *model summary*^b.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Signifikansi Koefisien Secara Parsial (Uji t)

Tabel 1: Uji T (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig
X1	1,086	1.673	0,282
X2	0,090	1.673	0,929
X3	2,114	1.673	0,039
X4	-,1,378	1.673	0,174
X5	-,1,101	1.673	0,276

Sumber : Data primer (diolah) 2019

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 6 diatas berikut peneliti jabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Keandalan (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang dengan nilai t_{hitung} (1,086) lebih kecil dari t_{tabel} (1,673) maka kesimpulannya, tidak ada pengaruh yang positif namun signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ⁸Viona Aprilya (2012: 6-7) yang menyatakan bahwa variabel keandalan (X_1) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Pengaruh Daya Tanggap (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang dengan nilai t_{hitung} (0,090) lebih kecil dari t_{tabel} (1,673) maka kesimpulannya, tidak ada pengaruh yang positif namun signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Viona Aprilya (2012: 7) yang menyatakan

bahwa variabel daya tanggap(X2) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

3. Pengaruh Jaminan (X₃) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang dengan nilai t_{hitung} (2,114) lebih besar dari t_{tabel} (1,673) maka kesimpulannya, ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh ⁹Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009: 111) mengenai dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu salah satunya adalah jaminan. Serta didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Prihatminingtyas (2019 : 16-17) perlu adanya pengembangan komitmen agar kepuasan pelanggan meningkat sehingga tetap setia bahkan senang terhadap produk perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh ¹⁰Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti (2017) yang menyatakan bahwa variabel jaminan (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
4. Pengaruh Empati (X₄) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang dengan nilai t_{hitung} (-,1,378) lebih kecil dari t_{tabel} (1,673) maka kesimpulannya, tidak ada pengaruh yang positif namun signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Viona Aprilya (2012: 7-8) yang menyatakan bahwa variabel empati (X4) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
5. Pengaruh Bukti Fisik (X₅) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang dengan nilai t_{hitung} (-,1,101) lebih kecil dari t_{tabel} (1,673) maka kesimpulannya, tidak ada pengaruh yang positif namun signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009: 111) mengenai dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu salah satunya adalah bukti fisik. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti (2017) yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 2: Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,271 ^a	,074	-,012	2,75810

a. Predictors: (Constant), bukti fisik, jaminan, daya tanggap, empati, keandalan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber: Data SPSS (diolah) 2019

Berdasarkan penjelasan dari tabel 16 diatas tentang uji determinasi maka didapat hasil sebesar nilai Adjusted R Square = -0,012 dan hasil diatas menunjukkan bahwa variabel independen yang meliputi Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Bukti Fisik (X5) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y) sebanyak -12%. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun variabel Keandalan (X1), Daya Tanggap (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Bukti Fisik (X5) dijalankan dengan baik dan efektif namun tetap tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebanyak -12%.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan dari bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti diatas bahwa secara parsial variabel keandalan (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai t hitung sebesar $1,086 < t \text{ tabel} = 1,673$ dan signifikan $0,282 > 0,05$.
2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti diatas bahwa secara parsial variabel daya tanggap (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai t hitung sebesar $0,090 < t \text{ tabel} = 1,673$ dan signifikan $0,929 > 0,05$.
3. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti diatas bahwa secara parsial variabel jaminan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai t hitung sebesar $2,114 > t \text{ tabel} = 1,673$ dan signifikan $0,039 < 0,05$.
4. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti diatas bahwa secara parsial variabel empati (X_4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai t hitung sebesar $-1,378 < t \text{ tabel} = 1,673$ dan signifikan $0,174 > 0,05$.
5. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti diatas bahwa secara parsial variabel bukti fisik (X_5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai t hitung sebesar $-1,101 < t \text{ tabel} = 1,673$ dan signifikan $0,276 > 0,05$.
6. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti diatas bahwa secara simultan variabel keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4) dan bukti fisik (X_5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan nilai f hitung sebesar $0,857 < f \text{ tabel} = 2,27$ dan signifikan $0,516 > 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

Adhiyanto, Mochlas. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (Blki) Semarang. *Skripsi* Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Halaman: 1-69.

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu PendekatanPraktik*. Jakarta :Rineka Cipta
- Dwi Aliyyah Apriyanti, Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis UniversitasBrawijaya Malang*. Vol. 51 No. 2
- Prihatminingtiyas, Budi (2017). *MeningkatkanKualitasMakanan Dan Minuman Di UniversitasTribhuwanaTunggadewi*. 23-24 November e-ISSN 2613- 9804 p- ISSN 2477- 3638 Volum 2,1. <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/3564>
- Prihatminingtiyas, Budi 2015. “Meningkatkan daya saing dalam mendorong pengembangan produk berbasis kerakyatan menuju *good local* industry. Judul seminar nasional peluang dan tantangan indonesia dalam komunitas ASEAN 2015 penyelenggara FISIP UT 26 Agustus 2015. <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/3558>
- Prihatminingtiyas,Budi 2019. *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*. Purwokerto. ISBN 976-602-0762-47-2. www.irdhcenter.comCV. IRDH
- Rohman, A. (2018). Kepemimpinan Pelayanan Prima di Pedesaan. *Reformasi*, 7 (1).
- Sugiyono. 2008. *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitaif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *MetodePenelitianPendidikan, PendekatanKuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta
- Viona Aprilya. 2012. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J.CO Cabang Padang. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Windarti, Gst. Ayu Oka. 2012. PengaruhKualitasPelayananJasaTerhadapKepuasanNasabah Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor CabangUtama (Kcu) Palembang. *JurnalEkonomi Dan InformasiAkuntansi*, 2(1): h: 1-20
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. dan Gremler, D.D. (2009). *Service Marketing – integrating customer focus across the firm* (5th ed.) New York: McGraw-Hill