



PAPER – OPEN ACCESS

## Tingkat Pelayanan Swalayan XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Dumai

Author : Melliana, dkk  
DOI : 10.32734/ee.v2i4.664  
Electronic ISSN : 2654-704X  
Print ISSN : 2654-704X

*Volume 2 Issue 4 – 2019 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



# Tingkat Pelayanan Swalayan XYZ Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Dumai

(XYZ Swalayan Service Level Of Customer Satisfaction In Dumai City)

Melliana, Trisna Mesra, Yusrizal, Fitra

Sekolah Tinggi Teknologi Dumai

mellianna52@gmail.com, trisnamesra74@gmail.com, yusrizalpuket2@gmail.com, famukhtyfitra@gmail.com

## Abstrak

Swalayan XYZ adalah perusahaan yang bergerak dibidang pemenuhan barang kebutuhan sehari-hari masyarakat. Kemudahan yang di berikan kepada konsumen berupa pelayanan dalam menetapkan harga yang menarik, membuka geray swalayan XYZ dalam 24 jam dan kemudahan pembayaran tidak tunai (*non-cash*). Dengan kemudahan itu masih belum juga bisa meningkatkan kepuasan pelanggan, karena masih ada perbedaan harga produk yang dipasang di tempat peletakan barang dengan harga produk yang tercatat di kasir. Penelitian ini menganalisis permasalahan dengan menggunakan metode servqual untuk melihat seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh. Hasil penelitian dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dari setiap dimensi Service Quality membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan swalayan XYZ kurang memuaskan.

Kata kunci: Tingkat pelayanan; Kepuasan konsumen; Servqual;

## Abstract

XYZ Supermarkets is a company engaged in the fulfillment of people's daily needs. The convenience provided to consumers in the form of service in setting attractive prices, opening XYZ supermarket outlets in 24 hours and ease of non-cash payments. With that convenience, it still cannot improve customer satisfaction, because there are still differences in the price of products installed at the place of placement of goods with the prices of products listed at the checkout. This study analyzes the problem using the servqual method to see how far the difference between reality and customer expectations for the services they obtain. The results of research on the dimensions of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty from each dimension of Service Quality prove that the services provided by XYZ supermarket employees are not satisfactory.

Keywords: Service level; Consumer satisfaction; Servqual;

## 1. Pendahuluan

Swalayan XYZ adalah salah satu perusahaan dalam industry ritel yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari masyarakat, semua itu dilakukan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Banyak hal dilakukan swalayan XYZ untuk mencapai kepuasan pelanggan, seperti memberikan potongan harga, pembukaan sebagian gerai swalayan XYZ dalam 24 jam, kemudahan pembayaran tidak tunai (*non-cash*), terdapat fasilitas kartu anggota, dan lain-lain. Pelayanan yang ada dimaksudkan untuk memenangkan hati pelanggannya. Untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang baik, swalayan XYZ menempatkan gerai lokasi yang strategis diberbagai daerah dan mudah dijangkau, ruangan yang nyaman, bersih dan wangi, tempat parkir yang luas dan aman. Namun, diketahui bahwa saat ini masih terdapat keluhan-keluhan masyarakat, terutama terkait dengan kualitas pelayanan yang ada pada swalayan XYZ, seperti berbeda nya harga produk yang di pasang di tempat peletakan barang dengan harga produk yang tercatat di kasir.

## 2. Landasan Teori

Layanan/jasa dikatakan *intangible* sama halnya dengan pendapat Tjiptono [1], “Setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Pelayanan dapat di definisikan sebagai segala bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak yang lain memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang di berikan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan yang dilakukan [2]. Hasil dari analisis jalur dapat diketahui bahwa: variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel citra perusahaan, variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan, variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel citra perusahaan, dan variabel loyalitas.

Peningkatan pelayanan dengan metode *quality function deployment* (QFD) dirumah sakit XYZ yang dilakukan [3]. Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan dimensi kualitas pelayanan kesehatan untuk menentukan variabel kebutuhan pelanggan yang tidak terpenuhi dengan *Quality Function Deployment* (QFD) yaitu dengan pembentukan matriks *House of Quality* (HOQ) yang memiliki Tingkat Kepentingan Relatif tertinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pelayanan daya tanggap staf rumah sakit, memiliki nilai Tingkat Kepentingan Relatif (TKR) paling tinggi sehingga kemampuan staf rumahsakit dalam merespon pasien dengan cepat menjadi prioritas untuk perbaikan pelayanan.

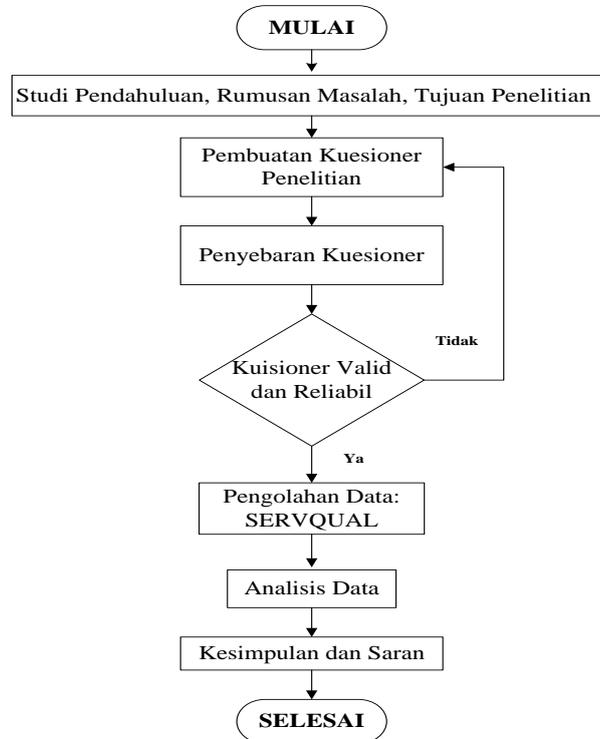
Menganalisis pengaruh dari Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada layanan *drive thru* McDonald’s Basuki Rahmat di Surabaya yang dilakukan [4]. Alat analisa yang digunakan untuk mengukur pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen adalah analisa regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pengguna layanan *drive thru* McDonald’s Basuki Rahmat di Surabaya. Sedangkan dimensi yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan konsumen adalah *responsiveness*.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan dari suatu usaha. Hal ini telah dipercaya secara umum karena dengan memuaskan konsumen maka organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas [5].

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada swalayan XYZ di Kota Dumai. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dari 30 swalayan XYZ yang berada di Kota Dumai. Ukuran sampel yang layak untuk sebagian besar penelitian adalah antara 30 hingga 500 [6], maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 300 responden yang didapat dari 10 orang responden untuk 30 swalayan XYZ.

Metode *Servqualc* memperhatikan harapan pelanggan mengenai layanan yang akan diterimanya (*expectation*) dan layanan yang telah diterimanya (*perception*) *Expectation* (harapan) merupakan suatu keinginan pengguna layanan/pelanggan, seperti perasaan pelanggan tentang apa yang harusnya ditawarkan oleh penyedia layanan. Harapan pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai perkiraan pelanggan tentang apa yang diterimnya ketika ia membeli layanan tersebut. Diagram alir (*Flow chart*) penelitian ini dapat dilihat pada sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alir penelitian

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Pengolahan Data

Untuk mengetahui konsumen swalayan XYZ dalam penelitian ini jumlah responden yang digunakan adalah 300 orang. Setelah diketahui jumlah responden, maka dilakukan penyebaran kuesioner sebanyak 300 orang. Rekapitulasi hasil dari penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Rekapitulasi Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebarikan	300
Kuesioner yang dikembalikan	300

#### 4.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Hasil uji validitas instrumen kenyataan dan kepentingan dilakukan untuk 300 konsumen swalayan XYZ. Suatu instrumen atau angket dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka data dinyatakan tidak valid. Pengujian validitas dan realibilitas dilakukan dengan bantuan pengolahan data SPSS versi 20 [7]. Nilai  $r_{tabel}$  pada taraf kesalahan 5% atau tingkat ketelitian 95% untuk nilai  $N=300$  adalah 0,113 yang diperoleh berdasarkan perhitungan substisusi, sedangkan  $r_{hitung}$  didapat dari proses SPSS versi 20 yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kenyataan dan Harapan

No	Variabel	R Hitung		r Tabel	Keterangan	
		Kenyataan	Harapan		Kenyataan	Harapan
A	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)					
1	Area parkir yang nyaman	0,389	0,560	0,113	Valid	Valid
2	Kebersihan toko	0,422	0,590	0,113	Valid	Valid
3	Sarana fisik yang modern	0,507	0,628	0,113	Valid	Valid
4	Penampilan karyawan yang rapi dan seragam	0,506	0,664	0,113	Valid	Valid
B	<i>Reliability</i> (Kehandalan)					
5	Karyawan memberikan kesan pertama yang baik sejak pertama kali anda datang	0,567	0,704	0,113	Valid	Valid
6	Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk yang dibutuhkan konsumen	0,527	0,648	0,113	Valid	Valid
7	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan seperti belanja puas dengan harga pas	0,67	0,688	0,113	Valid	Valid
8	Prosedur pelayanan yang tidak berbelit belit	0,561	0,653	0,113	Valid	Valid
C	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)					
9	Karyawan merespon keluhan konsumen dengan cepat	0,628	0,702	0,113	Valid	Valid
10	Pelayanan dilakukan dengan cepat	0,621	0,658	0,113	Valid	Valid
11	Menangani respon permintaan dari konsumen	0,62	0,644	0,113	Valid	Valid
12	Keseragaman penjelasan antara satu karyawan dengan karyawan yang lain	0,564	0,635	0,113	Valid	Valid
D	<i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)					
13	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjawab pertanyaan konsumen	0,596	0,666	0,113	Valid	Valid
14	Karyawan yang sopan dalam bertingkah laku dalam melayani konsumen	0,591	0,676	0,113	Valid	Valid
15	Karyawan berbicara dengan cara menyenangkan dalam melayani konsumen	0,57	0,653	0,113	Valid	Valid
16	Kesamaan label harga di peletakan barang dengan di kasir	0,669	0,633	0,113	Valid	Valid
E	<i>Empathy</i> (Memberikan Perhatian)					
17	Para karyawan memahami kebutuhan konsumen yang spesifik	0,557	0,673	0,113	Valid	Valid
18	Keramahan karyawan kepada konsumen	0,651	0,665	0,113	Valid	Valid
19	Perhatian individu kepada konsumen walaupun hanya sendiri	0,637	0,645	0,113	Valid	Valid
20	Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen pada proses berbelanja	0,602	0,696	0,113	Valid	Valid

Hasil uji validitas dari rekapitulasi berdasarkan Tabel 2 menunjukkan semua data Valid dengan nilai  $r_{\text{tabel}}$  pada taraf kesalahan 5% atau tingkat ketelitian 95% untuk nilai  $N=300$  adalah 0,113.

#### 4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut, jika rendah maka alat tidak stabil dalam mengukur suatu gejala.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kenyataan dan Harapan

No	Variabel	Cronbach's Alpha		Keterangan	
		Kenyataan	Harapan	Kenyataan	Harapan
A	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)				
1	Area parkir yang nyaman	0,892	0,928	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
2	Kebersihan toko	0,89	0,928	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
3	Sarana fisik yang modern	0,889	0,927	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
4	Penampilan karyawan yang rapi dan seragam	0,888	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
B	<i>Reliability</i> (Kehandalan)				
5	Karyawan memberikan kesan pertama yang baik sejak pertama kali anda datang	0,887	0,925	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
6	Karyawan memiliki pengetahuan tentang produk yang dibutuhkan konsumen	0,889	0,927	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
7	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan seperti belanja puas dengan harga pas	0,884	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
8	Prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit	0,887	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
C	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)				
9	Karyawan merespon keluhan konsumen dengan cepat dan langsung	0,885	0,925	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
10	Pelayanan dilakukan dengan cepat	0,885	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
11	Menangani respon permintaan dari konsumen	0,885	0,927	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
12	Keseragaman penjelasan antara satu karyawan dengan karyawan yang lain	0,887	0,927	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
D	<i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)				
13	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjawab pertanyaan konsumen	0,886	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
14	Karyawan yang sopan dalam bertingkah laku dalam melayani konsumen	0,886	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
15	Karyawan berbicara dengan cara menyenangkan dalam melayani konsumen	0,887	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
16	Kesamaan label harga di peletakan barang dengan di kasir	0,884	0,927	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
E	<i>Emphaty</i> (Memberikan Perhatian)				
17	Para karyawan memahami kebutuhan konsumen yang spesifik	0,887	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik

No	Variabel	Cronbach's Alpha		Keterangan	
		Kenyataan	Harapan	Kenyataan	Harapan
18	Keramahan karyawan kepada konsumen	0,884	0,926	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
19	Perhatian individu kepada konsumen walaupun hanya sendiri	0,885	0,927	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik
20	Kesigapan karyawan dalam membantu konsumen pada proses berbelanja	0,886	0,925	Reliabilitas baik	Reliabilitas baik

Hasil rekapitulasi berdasarkan Tabel 3 semua data dalam kondisi Reliabel karena berada semua angka diatas 0,6.

#### 4.1.3. Hasil Nilai ServqualGAP 5

Untuk mencari hasil nilai GAP 5 responden Alfamart SQi digunakan rumus sebagai berikut:

$$SQi = \bar{Xi} - \bar{Yi}$$

$$SQi = 3,91 - 4,51 = -0,60$$

Hasil nilai gap 5 dari setiap variabel dapat dilihat pada Tabel 1.4

Tabel 4. Rekapitulasi hasil nilai gap 5

Variabel (X,Y)	Swalayan XYZ		SQi
	$\bar{Xi}$	$\bar{Yi}$	
1	3,91	4,51	-0,6
2	4,12	4,57	-0,45
3	3,86	4,48	-0,62
4	4,21	4,57	-0,36
5	3,97	4,55	-0,58
6	3,8	4,48	-0,68
7	3,7	4,53	-0,83
8	4,02	4,52	-0,5
9	3,85	4,45	-0,6
10	3,92	4,51	-0,59
11	3,98	4,49	-0,51
12	3,84	4,41	-0,57
13	3,83	4,45	-0,62
14	4,14	4,59	-0,45
15	4,06	4,57	-0,51
16	3,58	4,49	-0,91
17	3,72	4,48	-0,76
18	4,11	4,59	-0,48
19	3,9	4,45	-0,55
20	3,99	4,58	-0,59

Tabel 5. Rekapitulasi Nilai *Servqual* Setiap Dimensi Swalayan XYZ

No	Dimensi <i>Servqual</i>	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Nilai <i>Servqual</i>	Keterangan
1	<i>Tangibles</i>	4,02	4,53	-0,51	Tidak Memuaskan
2	<i>Reliability</i>	3,88	4,52	-0,64	Tidak Memuaskan
3	<i>Responsiveness</i>	3,89	4,46	-0,57	Tidak Memuaskan
4	<i>Assurance</i>	3,9	4,52	-0,62	Tidak Memuaskan
5	<i>Emphaty</i>	3,93	4,52	-0,59	Tidak Memuaskan

Nilai gap dan nilai *servqual* setaip dimensi memberikan nilai negatif. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan dari pelanggan.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1. Kesimpulan

Penelitian kepuasan konsumen dari 30 swalayan XYZ yang didapat dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Tingkat pelayanan swalayan XYZ terhadap kepuasan konsumen di 30 swalayan XYZ Dumai kurang memuaskan, hal ini dikarenakan nilai *Servqual* tingkat kenyataan lebih rendah dibandingkan tingkat harapan.
2. Hasil tingkat kepuasan pelayanan di 30 swalayan XYZ Dumai dengan metode *Service Quality* dilima dimensi menunjukkan hasil minus disetiap dimensi. Hasil dari dimensi *Tangible* yaitu -0,51, dimensi *Reliability* yaitu -0,64, dimensi *Responsiveness* yaitu -0,57, dimensi *Assurance* yaitu -0,62, dimensi *Emphaty* -0,59. Hasil dari setiap dimensi *Service Quality* membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan Alfamart kurang memuaskan.

### 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan terhadap kinerja karyawan di 30 swalayan XYZ Dumai dengan instrumen *servqual*, maka saran yang dapat yaitu:

1. Pihak swalayan XYZ harus meningkatkan kinerja karyawan dalam pelayanan kepada pelanggan secara konsisten dan optimal, perlu adanya *training* secara ketat terhadap semua karyawan baik itu tentang pengetahuan produk maupun kehandalan dan ketanggapan terhadap keinginan konsumen.
2. Pihak swalayan XYZ untuk kedepannya agar lebih membenahi dan menyediakan area parkir yang lebih luas dan aman agar pelanggan merasa nyaman berbelanja atau meninggalkan kendaraanya di area parkir.
3. Sebaiknya pihak swalayan XYZ Dumai lebih meningkatkan kualitas kinerja dan fasilitas layanan berupa fisik karena pada hal tersebut pelanggan belum merasa puas, contohnya bangunan, tempat duduk, meja.
4. Perlu nya pengecekan label harga barang secara kontiniu di peletakan barang dengan list price di kasir.

## Referensi

- [1] Tjiptono, F., & Chandra, G., (2011). *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi: 3 Yogyakarta.
- [2] Normasari, S., Kumadji, S., Kusumawati, A., (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 6, No. 2 Desember 2013.
- [3] Marito Magdalena, Ir.Sugih Arto,MM, Ir.Rasnani Ginting,MT, (2013). Peningkatan Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) Di Rumah Sakit XYZ. *e-Jurnal Teknik Industri FT USU*, Vol 3, No. 2, November 2013 pp. 31-39.
- [4] Setyaningsih, I., (2013). Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit Terhadap Pasien Menggunakan Pendekatan LEAN SERVPERV (Lean Service and Service Performance). *Spektrum Industri*, 2013, Vol. 11, No. 2, 117-242
- [5] Widjono, I.O., Rumambi, L.J., Kunto, Y.S., (2010). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Drive Thru Mcdonald's Basuki Rahmat Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, (2013) 1-12
- [6] Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development)*
- [7] Setiawan, B., (2015). *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial & Bisnis Dengan SPSS*, Andi, Yogyakarta.