

## **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO KOSMETIK GAYA BARU**

Oleh:

**La Ode Abdul Manan<sup>1)</sup>, Zabir Zainuddin<sup>2)</sup>, Sri Wahyuni K<sup>3)</sup>**

e-mail: - [laodeabdulmanan9@gmail.com](mailto:laodeabdulmanan9@gmail.com)

- [hzabir421@gmail.com](mailto:hzabir421@gmail.com)

- [wahyuniksri63@gmail.com](mailto:wahyuniksri63@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Di era zaman globalisasi saat ini memberikan kepuasan layanan yang baik merupakan aset bagi organisasi maupun perusahaan, dalam merealisasikan keinginan tersebut tidak mudah, disebabkan banyak yang bermain di dalam suatu pasar perusahaan, selera pelanggan yang satu dan pelanggan lainnya juga berbeda-beda, kompetisi disemua sektor perekonomian Indonesia terutama pelayanan jasa yang sangat dekat dengan masyarakat. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan layanan bagi pelanggan. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut pelaku usaha untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing dalam peningkatan kualitas pelayanan, menurut Zeithaml dan Bitner (2004), ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang harus di perhatikan yaitu meliputi *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kepercayaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Dengan memperhatikan 5 dimensi kualitas layanan tersebut, diharapkan konsumen akan puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan kosumen (studi kasus pada toko kosmetik gaya baru pasar baruga). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Teknik pengumpulan data : kuesioner dan wawancara. Setelah data diperoleh dilakukan pengujian data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, semakin baik kualitas layanan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

**Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen**

ANALYSIS OF THE EFFECT SERVICE QUALITY ON  
CONSUMER SATISFACTION  
(CASE STUDY ON COSMETIC SHOP NEW MARKET NEW STYLE)

By:

La Ode Abdul Manan<sup>1)</sup> Zabir Zainuddin<sup>2)</sup> Sri Wahyuni K<sup>3)</sup>

email: - [laodeabdulmanan9@gmail.com](mailto:laodeabdulmanan9@gmail.com)

[Hzabir421@gmail.com](mailto:Hzabir421@gmail.com)

- [Wahyuniksri63@gmail.com](mailto:Wahyuniksri63@gmail.com)

ABSTRACT

In the current era of globalization, providing good service satisfaction is an asset for organizations and companies, in realizing this desire is not easy, because many are playing in a company market, the tastes of one customer and another are also different, competition in all sectors the Indonesian economy, specially services that are very close to the community. The company will succeed in obtaining customers in numbers which, if judged to be able to provide service satisfaction for customers. Increased competition and the number of competitors that require business actors to always pay attention to the needs and desires of consumers and try to meet consumer expectations by providing more satisfying than what competitors do in improving service quality, according to Zeithaml and Bitner (2004), there are 5 dimensions of service quality. that must be considered include physical evidence, reliability (trust), responsiveness (responsiveness), assurance (guarantee), empathy (empathy). By paying attention to the 5 dimensions of service quality, it is expected that consumers will be satisfied. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction (a case study on a new style cosmetic shop in Baruga Market). This study uses quantitative methods, with a sample of 30 respondents. Data collection techniques: questionnaires and interviews. After the data is obtained, testing the data, presenting the data, and drawing conclusions. The results of this study indicate that service quality affects customer satisfaction, the better the service quality, the higher customer satisfaction.

**Keywords: Service Quality, Customers**

## PENDAHULUAN

Di era zaman globalisasi saat ini memberikan kepuasan layanan yang baik merupakan aset bagi organisasi maupun perusahaan, dalam merealisasikan keinginan tersebut tidak mudah, disebabkan banyak yang bermain di dalam suatu pasar perusahaan, selera pelanggan yang satu dan pelanggan lainnya juga berbeda-beda, kompetisi disemua sektor perekonomian Indonesia terutama pelayanan jasa yang sangat dekat dengan masyarakat. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan layanan bagi pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen jadi baik, dapat memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang, membentuk suatu rekomendasi dari orang ke orang yang akan menguntungkan perusahaan.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut pelaku usaha untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing dalam peningkatan kualitas pelayanan, menurut Zeithaml dan Bitner (2004), ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang harus di perhatikan yaitu meliputi *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kepercayaan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Dengan memperhatikan 5 dimensi kualitas layanan tersebut, diharapkan konsumen akan puas.

Kualitas layanan dapat memberikan dorongan langsung terhadap konsumen agar menjalin hubungan yang erat terhadap perusahaan atau pelaku usaha. Dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen di harap para pelaku usaha bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

Seperti halnya dalam bisnis kosmetik. Bisnis kosmetik adalah salah satu bisnis yang tidak akan pernah punah karna berkaitan dengan dunia perempuan, beberapa media menyebutkan bahwa bisnis kosmetik sangat tahan menghadapi krisis. Bisnis kosmetik kecantikan ini tidak selalu dijalankan oleh kaum perempuan saja akan tetapi

bisa dijalankan oleh siapapun yang mampu melihat bahwa peluang usaha kosmetik sangat bagus. Jika melihat pasar Indonesia, warga negara Indonesia didominasi oleh kaum perempuan, mereka itulah salah satu target pasar yang sangat besar dalam bisnis kosmetik kecantikan

Kotler (2000) menyebutkan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Untuk itu suatu perusahaan sangatlah penting menciptakan kepuasan pelayanan bagi konsumen, karena apabila konsumen merasa puas maka konsumen tersebut akan menceritakan kepuasannya kepada konsumen yang lain dan akan melakukan pembelian ulang.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas dengan ini penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut :

Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Kosmetik Gaya Baru Pasar Baruga ?

### **KAJIAN TEORI**

Kotler (2000) dalam Sahyuni (2018:27) mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertahankan produk yang bernilai dengan pihak lain. Definisi pemasaran ini berdasarkan pada konsep kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), permintaan (*demand*), produk (*products*), pertukaran (*exchange*), transaksi dan pasar.

Kualitas layanan (*service quality*) atau sering juga disebut mutu pelayanan, Parasuraman et.al., (1988) dalam Sahyuni (2018) menyatakan kualitas layanan didefinisikan penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas layanan. Perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.

Menurut Parasuraman, Barry, dan Zeithaml (1988) dalam Sahyuni (2018:39) mengemukakan menyederhanakan bahwa terdapat 5 indikator kualitas layanan diantaranya :

- a. Bukti langsung (tangibles) meliputi: fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana.
- b. Keandalan (reliability); yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (responsiveness); yaitu keinginan para karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- d. Jaminan (assurance); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya, bebas dari bahaya/resiko, atau keragu-raguan.
- e. Empati (empathy); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut Philip Kotler (2000) dalam bukunya “Principles Of Marketing”, pengertian konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi secara pribadi.

Kotler (2000) dalam Sahyuni (2018:45) kepuasan konsumen adalah *“Customer Satisfaction the level of a person’s felt state resulting from comparing a product’s perceived performance (or outcome) in relation to the person’s expectation”*. Dari definisi diatas dijelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja suatu produk dengan harapannya terhadap produk tersebut.

Lupiyoadi (2001:34)mengungkapkan bahwa terdapat 5 indikator kepuasan konsumen antara lain :

- a. Kualitas layanan yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- b. Kualitas produk yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- c. Harga yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- d. Fasilitas yaitu konsumen merasa puas dengan fasilitas yang ada.
- e. Suasana yaitu konsumen merasa puas dengan suasana yang ada.

### **Kerangka Pikir**

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini merupakan dasar teoritis sebagai mana yang dinyatakan oleh Parasuraman et. Al (1990) mengenai kualitas layanan. Tujuan utama suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari profitabilitas jangka panjang. Konsumen yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan. Agar dapat menciptakan kepuasan konsumen maka perusahaan harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen. Salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam perusahaan adalah pelayanan. Menurut Kotler (1997) semakin berkualitas layanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Konsumen yang puas akan menjadi pelanggan yang setia.

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan permasalahan yang dikemukakan, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah " Bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen".

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Kosmetik Gaya Baru Pasar Bauga, yang beralamat di Jl. Pasar Baruga, Kelurahan Baruga, Kecamatan Baruga, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua konsumen yang pernah belanja di Toko Kosmetik Gaya Baru Pasar Baruga Kota Kendari. Dengan

demikian untuk memastikan bahwa sampel representatif, sampel yang digunakan berjumlah 30 responden.

### **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis Regresi Linear sederhana digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini yaitu Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Toko Kosmetik Gaya Baru Pasar Baruga).

#### **a. Merumuskan Persamaan Regresi Linear Sederhana**

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana dikarenakan hanya terdapat satu variabel independen dan satu variabel dependen. Regresi linear sederhana merupakan sebuah prosedur hubungan sistematis untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan dapat dilakukan dengan alat bantu *software* SPSS versi 20.

Menurut Sugiyono (2014:270) persamaan umum regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y: Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X : Kualitas Layanan

#### **Uji t (Parsial)**

Pengujian parsial ini dilakukan guna untuk mengetahui dampak signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat kepercayaan 0,95 (95%) dengan deviasi 0,05 (5%).

Pengujian ini dilakukan dengan langkah – langkah sebagai berikut:

##### 1. Merumuskan hipotesis

$H_a = \beta \neq 0$  Kualitas layanan berdampak terhadap kepuasan konsumen.

2. Menentukan Level of significance atau tingkat signifikansi nya sebesar 0,05 (5%) dengan derajat bebas (df) = n – k, n merupakan jumlah responden dan merupakan jumlah variabel penelitian.
3. Kriteria pengujian  
Jika t hitung > t tabel atau nilai (sig) < α 0,05 (uji dua sisi) maka Ha diterima yang berarti berdampak positif.

### PEMBAHASAN

Berikut ini hasil Analisis Regresi Linear sederhana yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20 for windows dapat dilihat pada tabel berikut.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2.231	2.046		
1 total_x	.247	.050	.679	4.892	.000

a. Dependent Variable: total\_yy

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai Constanta a sebesar 2,231 sedangkan nilai koefisien regresi b sebesar 0,247 sehingga persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = 2,231 + 0,247X$$

Keterangan:

Konstanta a sebesar 2,231 mengandung arti bahwa nilai konstanta variabel Kepuasan Konsumen adalah sebesar 2,231 Koefisien regresi X sebesar 0,247 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai variabel Kualitas layanan, maka nilai Kepuasan Konsumen akan bertambah sebesar 0,247. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.



Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4.892 sehingga disimpulkan bahwa nilai t hitung  $<$  t tabel (2,04841) yang berarti Kualitas layanan berdampak terhadap Kepuasan Konsumen.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil uji validitas dan reabilitas variabel X dalam hal ini kualitas layanan pada toko kosmetik gaya baru dapat disimpulkan bahwa data – data yang dihasilkan dari kuesioner valid dan reliabel.
2. Berdasarkan hasil uji validitas dan reabilitas variabel Y dalam hal ini Kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa data – data yang dihasilkan dari kuesioner valid dan reliabel.
3. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, semakin baik penerapan kualitas layanan maka kepuasan konsumen dalam berbelanja akan semakin tinggi.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diajukan saran sebagai berikut.

1. Penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi referensi bagi Pengelola Toko Kosmetik Gaya Baru untuk mengukur bagaimana dampak Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen
2. Diharapkan dilakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan variabel Kualitas layanan dan Kepuasan Konsumen. Karna ada banyak hal yang dapat dikaji lebih dalam lagi pada variabel yang diteliti, sehingga dapat memberikan masukan bagi pihak – pihak lain yang berkepentingan dan dapat memberikan masukan bagi perusahaan – perusahaan terkait.

- 3 Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang diharapkan lebih memperluas lagi dari penelitian sebelumnya baik variabel maupun objek yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar S. 2013. *Validitas dan Reabilitas*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Adam, Muhammad .2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Algifari
- .2016. Mengukur Kualitas Pelayanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode *Importance – Performance Analysis (IPA)*, dan Model Kuno. Yogyakarta: BPF
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro
- Hadiyati. (2010). *Pengaruh Brand Image dan Perilaku Konsumen Terhadap Kepuasan Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agro Wisata Kebun The Pagilaran*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States: Pearson
- Indrany . (2010). *Pengaruh Label Halal dan Katalog Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus pada PT. Alfamidi Medan Marelan)*. Medan : Universitas Sumatra Utara
- Kotler Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Penerbit, Prenhallindo: Jakarta
- Kotler & Kaller. (2012). *Marketing Management (14th ed)*. United States: Pearson
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Selemba Empat, Jakarta
- Putritamara, Dkk. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Brand Image pada Rumah Makan Ayam Goreng*. Malang : Universitas Brawijaya.

- Sahyunu. (2018:36). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kualitas Hubungan dan Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Wakatobi*. Disertasi
- Sahyunu. (2018:39). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kualitas Hubungan dan Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Wakatobi*. Disertasi
- Sahyunu. (2018:45). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kualitas Hubungan dan Loyalitas Wisatawan di Kabupaten Wakatobi*. Disertasi
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R& D*. Bandung PT. Alfabet
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian Bandung*: Alfabeta
- Tjipotono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- <http://sigmaresearch.co.id/tren-dan-perilaku-pasar-kosmetik-indonesia-tahun-2017//>
- <https://skripsiilmiah.blogspot.com/2019/3/pengaruh-upah-terhadap-produktivitas.html>
- <https://eprints.ac.id/28815/1/skripsi001.pdf>
- <https://eprints.ac.id/28815/1/jurnal.pdf>
- [https://www.researchgate.net/publication/326115654\\_Pengaruh\\_Kualitas\\_Produk\\_dan\\_Kualitas\\_Pelayanan\\_terhadap\\_Kepuasan\\_Konsumen\\_dan\\_Minat\\_Beli\\_Ulang](https://www.researchgate.net/publication/326115654_Pengaruh_Kualitas_Produk_dan_Kualitas_Pelayanan_terhadap_Kepuasan_Konsumen_dan_Minat_Beli_Ulang)
- <https://manajemenindo.blogspot.com/2013/09/skripsi-pengaruh-kualitas-produk-html>