

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PADA HARDYS MALLS GIANYAR BALI

OLEH :

ANAK AGUNG AYU INDRIYANI

ABSTRAKSI

Hardys Malls Gianyar sebagai tempat penelitian merupakan salah satu *malls* yang dikenal oleh berbagai kalangan, baik mahasiswa maupun masyarakat di daerah Gianyar Bali yang sedang berbaur dan bersaing dengan usaha sejenis dalam memberikan pelayanan bagi masyarakat. Hardys Malls Gianyar dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen serta memahami kebutuhan konsumen dan memperhatikan keluhan konsumen. Manajemen harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sehingga dituntut untuk selalu menghasilkan kinerja (*performance*) khususnya kualitas pelayanan jasa sehingga dapat memuaskan konsumen.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa, faktor-faktor pelayanan jasa manakah yang dianggap penting dan dapat memuaskan konsumen, dan faktor-faktor pelayanan jasa manakah yang perlu mendapat prioritas utama untuk dilakukan perbaikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Hardys Malls Gianyar? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa, untuk mengetahui faktor-faktor pelayanan jasa yang dianggap penting dan dapat memuaskan konsumen, dan untuk mengetahui faktor-faktor pelayanan jasa yang perlu mendapat prioritas utama untuk dilakukan perbaikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Hardys Malls Gianyar. Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan dengan teknik *Non Probabilitas Sampling* sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data adalah observasi, kuisisioner, wawancara dan studi dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan analisis indeks kepuasan pasien, *importance-performance analysis* dan diagram kartesius.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa rata-rata indeks kepuasan responden adalah 220,03, dimana skor terletak diantara -1.600 sampai dengan 1.598 yang artinya bahwa tingkat kepuasan responden adalah cukup puas terhadap kualitas pelayanan jasa pada Hardys Malls Gianyar. Faktor-faktor yang dianggap penting dan dapat memuaskan responden, adalah Kesigapan para karyawan untuk membantu konsumen, jaminan atas konsumen barang konsumen yang ditiptkan, pengetahuan karyawan akan spesifikasi produk, dan pemberian tanggapan atas

keluhan yang telah disampaikan. Faktor-faktor yang perlu mendapat prioritas utama dari Hardys Malls Gianyar untuk dilakukan perbaikan adalah tata letak produk yang tertata rapi, kebersihan gedung, kenyamanan gedung, kerapian karyawan, penggunaan peralatan yang modern, karyawan memberikan perhatian terhadap konsumen yang berbelanja, ketenangan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang berlangsung pada dewasa ini dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup terutama yang menyangkut mengenai kebutuhan primer serta sekunder meningkat terus menerus. Hal ini menyebabkan manusia yang berperan sebagai konsumen menginginkan proses pembelian barang-barang kebutuhan sehari-hari agar tercipta lebih mudah, dimana pada saat ini kita semua mengenalnya sebagai sebuah tempat belanja yang mudah dan langsung. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Marina L. Pandin (Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern, 2009) berpendapat bahwa Pasar Modern adalah tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar ke kasir) serta tempat persaingan tidak hanya terjadi pada harga produk tetapi juga terjadi pada kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen. Penting dilakukan *survey* kepuasan konsumen untuk memperoleh tanggapan-tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan memberikan tanda positif bahwa perusahaan telah menaruh perhatian kepada konsumen. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang menjadi penentu kualitas pelayanan adalah : bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) (Tjiptono, 2008 : 273). Manajemen harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sehingga pimpinan dituntut untuk selalu menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen.

Hardys Malls Gianyar sebagai tempat penelitian merupakan salah satu *malls* yang dikenal oleh berbagai kalangan, baik mahasiswa maupun masyarakat di daerah Gianyar Bali yang sedang berbaur dan bersaing dengan usaha sejenis dalam memberikan pelayanan bagi masyarakat. Hardys Malls Gianyar dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan konsumen serta memahami kebutuhan konsumen dan memperhatikan keluhan konsumen. Manajemen harus mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sehingga dituntut untuk selalu menghasilkan kinerja (*performance*) khususnya kualitas pelayanan jasa sehingga dapat memuaskan konsumen.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Hardys Malls Gianyar?
- b. Faktor-faktor pelayanan manakah yang dianggap penting dan dapat memuaskan konsumen pada Hardys Malls Gianyar?
- c. Faktor-faktor pelayanan manakah yang perlu mendapat prioritas utama untuk dilakukan perbaikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Hardys Malls Gianyar?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Hardys Malls Gianyar.
- b. Untuk mengetahui Faktor-faktor pelayanan yang dianggap penting dan dapat memuaskan konsumen pada Hardys Malls Gianyar.
- c. Untuk mengetahui Faktor-faktor pelayanan yang perlu mendapat prioritas utama untuk dilakukan perbaikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Hardys Malls Gianyar.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2008 : 60), apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima rendah daripada yang diharapkan maka kualitas yang dipersepsikan adalah buruk. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan jasa harus memperhatikan kualitas layanan yang ditawarkan. Hanya dengan kualitas layanan yang prima pelanggan dapat terpuaskan. Menurut Rangkuti (2009 : 28) kualitas pelayanan (*service quality*) adalah penyampaian pelayanan yang melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Pengertian tersebut menekankan pada kelebihan dari tingkat kepentingan konsumen sebagai inti dasar dari kualitas pelayanan.

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dari kinerja pelayanan. Menurut Tjiptono (2008 : 273) dimensi kualitas pelayanan meliputi :

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

2.2 Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller (2009 : 177) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan, mereka tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Sedangkan menurut Tjiptono (2008 : 100) berpendapat

bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya atau kinerja pelayanan yang dirasakan berdasarkan derajat kepentingannya. Harapan (*expectations*) merupakan standar ideal dari konsumen mengenai kualitas pelayanan. Kinerja (*performance*) merupakan perasaan konsumen terhadap kenyataan kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan. Derajat kepentingan (*importance*) adalah perasaan konsumen terhadap derajat kepentingan setiap karakteristik kualitas pelayanan yang diberikan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hardys Malls Gianyar alamat Jl. Ngurah Rai No. 85 Gianyar Bali.

3.2 Identifikasi Variabel

- Variabel bebas, yaitu variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam hal ini yang termasuk dalam variabel bebas adalah kualitas pelayanan, yang indikatornya terdiri dari : bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.
- Variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang lainnya. Dalam hal ini yang termasuk dalam variabel terikat adalah tingkat kepuasan konsumen.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah populasi tidak diketahui dalam setiap harinya dan Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan dengan teknik *Non Probabilitas Sampling* sebanyak 100 orang responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu : observasi, kuisisioner, wawancara dan studi dokumentasi.

3.5 Teknik Analisis Data

- Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa, digunakan rumus indeks kepuasan konsumen (Tjiptono, 2008 : 100).

$$I_{kj} = \sum_{i=1}^n I_i (P_{ij} - H_{ij})$$

- Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja (*Importance-Performance Analysis*)

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian tingkat kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kinerja. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peringkat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

c. Diagram Kartesius

Selanjutnya tingkat unsur-unsur akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius, yaitu suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang terpotong tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} ; \bar{Y}).

IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Indeks Kepuasan Pasien Kelas III

Hasil penelitian, diketahui rata-rata indeks kepuasan konsumen dari 100 orang responden adalah 220.03 termasuk kategori cukup puas. Indeks kepuasan konsumen dengan kategori cukup puas sebanyak 98 orang (98%) dan puas sebanyak 2 orang (2%), sedangkan kategori tidak puas, kurang puas dan sangat puas tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa Hardys Malls Gianyar harus lebih meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terutama kualitas pelayanan jasa.

4.2 Analisis Tingkat Kepentingan Kinerja (*Importance-Performance Analysis*)

Hasil analisis tingkat kepentingan kinerja dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 5.9 Perhitungan Rata-Rata Penilaian Tingkat Kinerja, Rata-Rata Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kesesuaian Masing-Masing Faktor Kualitas Pelayanan Jasa pada Hardys Malls Gianyar Tahun 2015

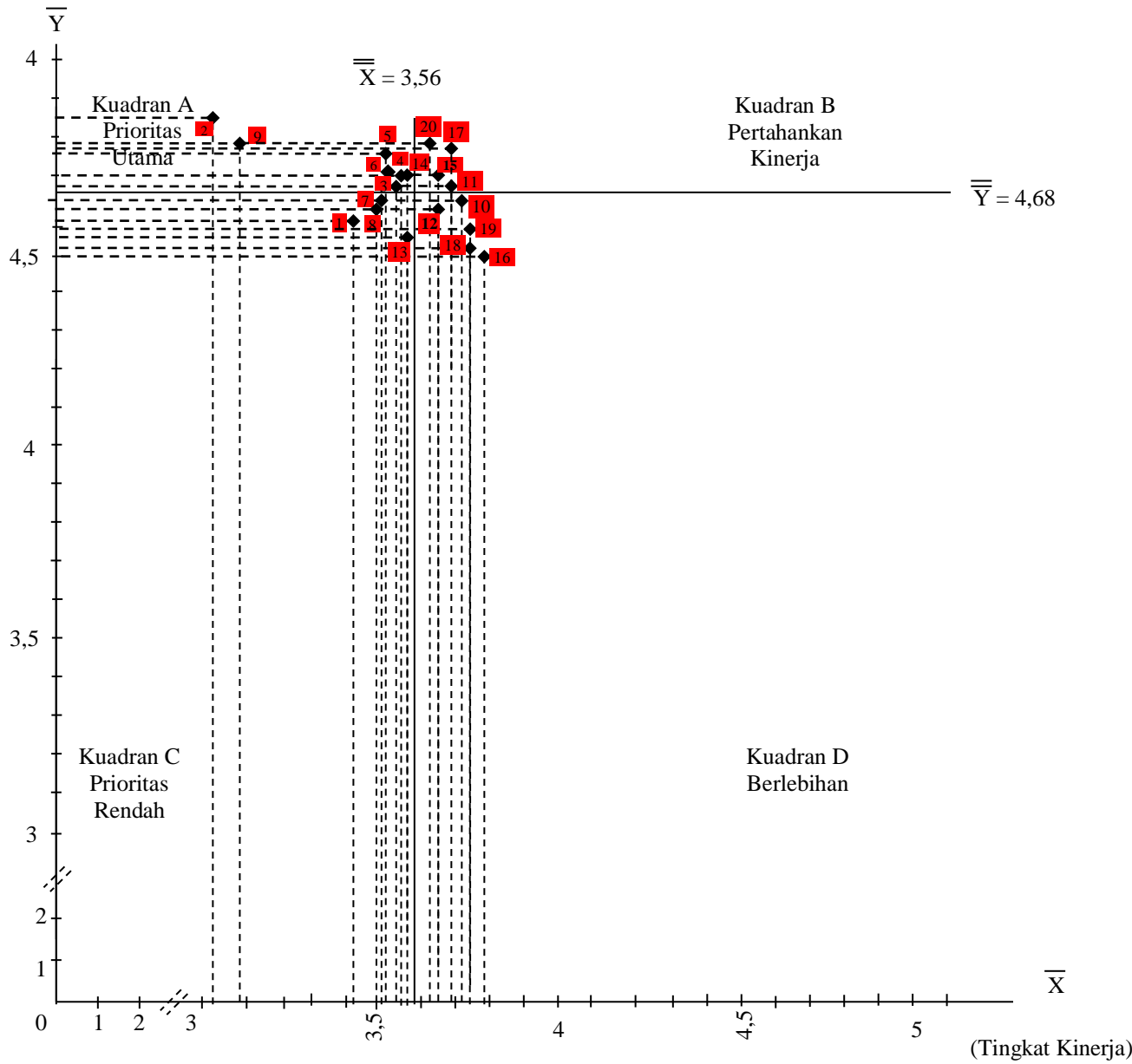
No	Faktor	Penilaian Tingkat Kinerja (X)	Penilaian Tingkat Kepentingan (Y)	\bar{X}	\bar{Y}	Tingkat Kesesuaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Desain eksterior dan interior gedung	344	462	3,44	4,62	74,56
2	Tata letak produk yang tertata rapi	303	484	3,03	4,84	62,60
3	Kebersihan gedung	353	469	3,53	4,69	75,27
4	Kenyamanan gedung	354	470	3,54	4,70	75,32
5	Kerapian karyawan	352	474	3,52	4,74	74,26
6	Penggunaan peralatan yang modern	352	471	3,52	4,71	74,73
7	Ketepatan kasir dalam memberikan uang kembalian	351	467	3,51	4,68	75,16
8	Proses pembayaran di kasir tidak sulit	350	466	3,50	4,66	75,11
9	Karyawan memberikan perhatian terhadap konsumen yang berbelanja.	309	478	3,09	4,78	64,64
10	Pemberian pelayanan yang ramah kepada konsumen	372	467	3,72	4,68	79,66
11	Kesigapan para karyawan untuk membantu konsumen	369	469	3,69	4,69	78,68

No	Faktor	Penilaian Tingkat Kinerja (X)	Penilaian Tingkat Kepentingan (Y)	\bar{X}	\bar{Y}	Tingkat Kesesuaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
12	Kecepatan karyawan dalam membantu konsumen untuk mencari sebuah produk	367	466	3,67	4,66	78,76
13	Memberikan reaksi yang tanggap terhadap keluhan konsumen	355	459	3,55	4,59	77,34
14	ketenangan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja	355	470	3,55	4,70	75,53
15	Jaminan atas keamanan barang konsumen yang dititipkan	367	470	3,67	4,70	78,04
16	Keamanan dan kenyamanan parkir	377	450	3,77	4,50	83,78
17	Pengetahuan karyawan akan spesifikasi produk	369	475	3,69	4,75	77,69
18	Pelayanan diberikan kepada semua konsumen tanpa memandang status sosial	375	458	3,75	4,58	81,88
19	Kepedulian terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen	375	463	3,75	4,63	80,99
20	Pemberian tanggapan atas keluhan yang telah disampaikan.	365	478	3,65	4,78	76,36
Jumlah		7.114	9.366	71,14	93,66	1.519,97
Rata- rata				3,56	4,68	76

Sumber: Hasil perhitungan

Nilai dari perhitungan pada Tabel 4.1 dipakai dalam menentukan dua buah garis yang berpotongan tegak lurus, yang membagi diagram kartesius menjadi empat bagian. Selanjutnya rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari masing-masing faktor dimasukkan ke dalam diagram kartesius *importance-performance analysis* seperti tampak pada Gambar 4.1 berikut.

Gambar 4.1 Diagram Kartesius Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen pada Hardys Malls Gianyar Bali



Sumber : Data diolah.

Diketahui urutan prioritas berdasarkan tingkat kesesuaian di atas terlihat bahwa faktor tata letak produk yang tertata rapi merupakan faktor yang perlu mendapat prioritas utama dari Hardys Malls Gianyar untuk dilakukan perbaikan atau pembenahan dalam pelaksanaannya dengan tingkat kesesuaian 62,60% dan faktor yang perlu mendapatkan pembenahan yang terakhir yaitu, Keamanan dan kenyamanan parkir dengan tingkat kesesuaian sebesar 83,78%.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- a. Rata-rata indeks kepuasan responden adalah 220,03 dimana skor terletak diantara -1.600 sampai dengan 1.598 yang artinya bahwa tingkat kepuasan responden adalah cukup puas terhadap kualitas pelayanan jasa pada Hardys Malls Gianyar.
- b. Faktor-faktor yang dianggap penting dan dapat memuaskan responden, adalah faktor kesigapan para karyawan untuk membantu konsumen, jaminan atas konsumen barang konsumen yang dititipkan, pengetahuan karyawan akan spesifikasi produk, pemberian tanggapan atas keluhan yang telah disampaikan.
- c. Faktor-faktor yang perlu mendapat prioritas utama dari Hardys Malls Gianyar untuk dilakukan perbaikan adalah faktor tata letak produk yang tertata rapi, kebersihan gedung, kenyamanan gedung, kerapian karyawan, penggunaan peralatan yang modern, karyawan memberikan perhatian terhadap konsumen yang berbelanja, ketenangan dan kenyamanan konsumen dalam berbelanja.

5.2 Saran

- a. Hendaknya *service* lebih ditingkatkan lagi dan keramahtamahan serta pengetahuan karyawan serta penampilannya perlu mendapat perhatian oleh pengelola Hardys Malls Gianyar.
- b. Sebaiknya ditingkatkan dalam kerapian tata letak produk, meningkatkan kenyamanan dan keamanan konsumen.
- c. Sebaiknya karyawan lebih sabar dalam menangani keluhan pasien, petugas lebih disiplin dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya, meningkatkan pelayanan dengan memberi perhatian yang tulus tanpa memandang status terhadap konsumen yang berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Handoko, T. Hani. 2007. *Manajemen Personalia dan SDM*. UGM: Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kurniawan, Kadek Edi. 2008. *Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa pada Villa Semana di Ubud, Gianyar*. Denpasar : Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa.
- Marina L. Pandin. 2009. *Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern*.
- Mursid, M. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nirwana. 2008. *Service Marketing Strategy*. Malang : Dioma.
- Prayogo, Antok Dewata. 2007. *Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan pada PT. Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya Distrik Sanur di Denpasar*. Denpasar : Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa.
- Rachmawati, Annisa Dita dan Ismaini Zain. 2012. Analisis Statistik Kepuasan Pelanggan Terhadap *Service Quality* Unit Pembangkit PT. Pembangkitan Jawa-Bali. Dalam *Jurnal Sains dan Seni ITS Vol.1 No.1, September 2012*.
- Rangkuti, Freddy. 2007. *Riset Pemasaran: Cetakan Kedelapan*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Robbins, S dan Coulter, M. 2007. *Manajemen*. Penerbit PT Indeks: Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Supranto, J. 2007. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Utami, W. Christina. 2008. *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel Edisi Pertama: Cetakan Pertama*. Penerbit Bayumedia Publising. Malang.