

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA ALFAMART KM 25 LANDASAN ULIN KOTA BANJARBARU
Bagas Alfiansyah¹, Hairul², Lamsah³

Manajamen, 61210, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1831.0988

Manajamen, 61210, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1125096201

Manajamen, 61210, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1125126201

E-mail: Alfiansyahbagas73@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) pada Alfamart Km 25 Landasan Ulin kota Banjarbaru, dan (2) memberikan masukan dan dorongan dalam langkah menerapkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Alfamart Km 25 Landasan ulin Kota Banjarbaru.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sampel dalam penelitian, yaitu konsumen yang berkunjung ke Alfamart Km 25 Landasan Ulin Kota Banjarbaru selama penelitian 15 hari dengan 50 responden. Data di kumpulkan dengan menggunakan kuisioner.

Hasil penelitian menunjukkan (1) kualitas pelayanan pada Alfamart Km 25 Landasa Ulin Kota Banjarbaru ditentukan oleh lima dimensi/indikator yaitu Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati berada kategori Puas. (2) kualitas pelayanan pada Alfamrt Km 25 landasan ulin Kota Banjarbaru ditingkatkan lagi karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) the quality of service (Tangibles, Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy) at Alfamart Km 25 Landasan Ulin Banjarbaru City, and (2) provide input and encouragement in steps to implement service quality to increase customer satisfaction at Alfamart Km 25 Landasan Ulin Banjarbaru City.

The research method used is a qualitative method. The sample in this research is a part of the research population, which is the customers who visited alfamart km 25 Landasan ulin City Banjarbaru during 15 days with 50 respondent. The data were collected using a questionnaire.

The results of the study show (1) the quality of service at Alfamart Km 25 Landasa Ulin, Banjarbaru City is determined by five dimensions/indicators namely Tabgibles, Reliability, Responsiveness, assurance, and Empathy in the Satisfied category. (2) the quality of service at Alfamrt Km 25 Landasan Ulin City Banjarbaru base is improved again because the quality of service is very influential on customer satisfaction.

Keywords: Quality Of service, Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan sektor bisnis ritel, saat ini sektor bisnis ritel tidak lagi berjalan dengan cara tradisional tetapi ke arah modern, menjadi bisnis yang inovatif, kompetitif dan nyaman. Ketatnya persaingan di sektor bisnis ritel tidak lepas dari menjamurnya pusat-pusat komersial, lokal, nasional dan internasional, ukuran dan target segmen. Persaingan ini mendorong pelaku bisnis ritel untuk selalu menjadi pengecer pilihan bagi konsumen dengan menawarkan lebih banyak layanan.

Dalam upaya mempertahankan konsumen, bisnis ritel yang tidak sama saling bersaing buat menyampaikan apa yg mereka harapkan dari konsumen, yg menciptakan taktik bersaing yg terintegrasi menggunakan baik. menggunakan semakin meningkatnya intensitas persaingan usaha ritel, para pelaku usaha ini saling bersaing buat memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen dan berusaha memenuhi asa konsumen dengan cara memberikan pelayanan yg lebih.

Perusahaan harus bisa memenuhi kebutuhan konsumen serta menyesuaikan impian konsumen sebagai akibatnya perusahaan dapat mendeteksi kebutuhan pasar atau asa konsumen dan membaca serta memahami setiap situasi. tidak berkembang tanpa konsumen. Semakin puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan sang perusahaan maka semakin baik perusahaan tersebut dapat bersaing menggunakan perusahaan lain pada era globalisasi. Kepuasan artinya perasaan suka atau kecewa seorang menjadi dampak asal perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau akibat suatu produk dengan harapannya. saat konsumen puas, hasilnya artinya loyalitas konsumen yang tinggi.

Persaingan semakin ketat untuk persaingan ritel, hanya Produsen yg terlibat pada memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen, yang membentuk setiap perusahaan ritel buat memutuskan orientasi kepuasan konsumen memakai harga yg kompetitif (Ismail Salih; 2016). Alasan banyak pasar ritel terkini buka artinya memudahkan konsumen berbelanja lebih dekat dengan tempat pemukiman. dengan adanya krisis keuangan dunia, hal ini tidak mempengaruhi kelangsungan pasar ritel terkini. perluasan akan terus menambah lebih banyak toko setiap tahun. kenyataan ini mendorong perusahaan distribusi buat melakukan penelitian wacana sikap konsumen.

Menciptakan kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain kelancaran hubungan bisnis dengan pelanggan, mengembalikan konsumen untuk melakukan pembelian ulang saat dibutuhkan, dan membangun loyalitas pelanggan serta memberikan rekomendasi kepada konsumen lain dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi penjualan produk untuk mempertahankan konsumen saat membeli produk.

Bisnis minimarket dikatakan sebagai salah satu bisnis yang terkenal di saat krisis karena setiap orang membutuhkan kebutuhan sehari-hari yang otomatis orang datang. Apalagi, belanja bukan sekadar kebutuhan. Belanja kini menjadi bagian dari gaya hidup tersendiri. Pemilih produk tidak hanya memilih satu merek saja, tetapi ingin mencoba produk merek baru yang populer di masyarakat atau hanya melihat iklan (promosi). Maka untuk menjadi sukses diperlukan strategi yang

baik dan komitmen yang kuat. Hal ini sepenuhnya dilakukan oleh toko serba ada dalam pengelolaan sistem bisnis ritel (franchise).

Selain Alfamart, ada beberapa minimarket lainnya di Banjarbaru seperti Foodmart, Indomaret dan lain-lain. Hal ini menyebabkan persaingan dimana setiap toko ritel ada berusaha buat menyenangkan konsumennya. Kepuasan konsumen bisa terjadi harapannya terwujud. Bila pelanggan puas, mereka akan balik untuk membeli produk ke toko tersebut. Alfamart merupakan perusahaan retail yang bergerak pada bidang penjualan barang kebutuhan sehari-hari atau rumah tangga. Alfamart telah menerapkan strategi pemasaran ritel tanpa mengetahui apakah konsumen puas atau tidaknya dengan apa yang ditawarkan dan tanpa mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

kondisi waktu ini ke masa depan, Alfamart km 25 landasan ulin pada kota banjarbaru akan terus berupaya menaikkan daya beli masyarakat. banyak upaya telah dilakukan, terutama pada aspek pelayanan dan distribusi, buat memenuhi permintaan konsumen. keluhan rakyat khususnya mengenai kualitas pelayanan yang terdapat pada Alfamart km 25 landasan ulin kota banjarbaru. Tujuan berasal penelitian ini merupakan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdapat pada alfamart km 25 landasan ulin kota banjarbaru sebagai akibatnya dapat menyampaikan nilai tambah serta memenuhi kebutuhan informasi yg mencerminkan transedental produk pada mempertinggi kualitas produk.. Jumlah pelanggan saat ini. Alfamart perlu menaikkan layanannya untuk bersaing dengan para pesaingnya, karena banyak pesaing ritel yang tersebar atau berkembang ketika ini.

METODE

Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif, menurut Sugiyono (2016:9). Metode penelitian kualitatif artinya metode penelitian yang didasarkan di filosofi post-positivisme, digunakan buat mengusut keadaan objek alami (menjadi versus dari eksperimen) pada mana penelitian adalah pekerjaan penelitian. bergulir, teknik pengumpulannya artinya (gabungan) triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan akibat penelitian kualitatif lebih menekankan daripada menggeneralisasi. Sampel penelitian ini adalah sebagian berasal populasi penelitian yaitu konsumen yang berkunjung ke Alfamart Km 25 landasan ulin kota banjarbaru selama penelitian selama 15 hari menggunakan jumlah responden sebesar 50 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Sebagai bagian dari penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada konsumen Alfamart Km 25 landasan ulin kota banjarbaru. Untuk mendapatkan gambaran tentang konsumen yang disurvei dalam penelitian ini, bagian berikut menunjukkan cara mengelompokkan mereka berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan jenis kelamin

1) Identitas Responden Berdasarkan Usia

Mengenai hubungan antara usia dan kedewasaan seseorang menghadapi suatu masalah, tabel berikut menggambarkan kriteria usia responden:

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

NO	Tingkat Umur	Jumlah	Persentase
----	--------------	--------	------------

1	10-20	5	10%
2	21-30	20	40%
3	31-40	17	34%
4	41-50	8	16%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data di Olah Penulis, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 sesuai tabel 4.1 diatas bisa diketahui identitas responden berdasarkan usia 50 orang yg tersaji menjadi responden sebesar lima orang (100%) berusia pada antara 10-20 tahun, berusia antara 21-30 tahun,berusia pada antara 31-40 tahun, serta berusia diantara 41-50 tahun. dari keterangan di atas, maka bisa di simpulkan bahwa identitas responden sesuai usia pada penguasaan oleh responden yang berumur di antara 21-30 tahun.

Dengan demikian, asal gambaran data usia yang diperoleh berasal responden, maka responden yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan usia produktif serta usia dewasa atau matang berpikir. dengan demikian, pada pendataan kali ini, keputusan seseorang responden tidak lagi mudah ditentukan oleh orang lain serta secara mental, masyarakat telah matang dan berpengalaman dalam pengambilan keputusan.

2) Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Identitas responden yang berpendidikan diperlukan buat menyampaikan ilustrasi mengenai identitas responden yg akan menanggapi subjek penelitian ini. Faktor pendidikan memegang peranan yang sangat krusial bagi penulis saat ingin mengetahui hasil jawaban responden sebab dari penulis orang yg berpendidikan lebih tinggi akan memiliki pengetahuan serta kecerdasan yg lebih tinggi dibandingkan menggunakan yg berpendidikan rendah, meskipun hal ini tidak sepenuhnya benar sebab pentingnya tingkat pendidikan pada menghipnotis perilaku seorang, data di tabel berikut akan membantu menyampaikan ilustrasi wacana tingkat pendidikan responden.

sesuai hasil studi lapangan dapat diketahui bahwa taraf pendidikan mencakup taraf pendidikan dari rendah hingga tinggi, buat mengetahui responden bisa melihat data detail pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	2	4%
2	SMP	13	26%
3	SMA	15	30%
4	Mahasiswa	20	40%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data di Olah Penulis, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diatas bisa diketahui identitas responden sesuai pendidikan merupakan 50 orang menjadi responden sebanyak dua orang (4%) berpendidikan SD, sebanyak 13 orang (26%) yang berpendidikan SMP, sebesar 15 orang (30%) yang berpendidikan SMA, dan sebesar 20 orang (40%) yang berpendidikan sebagai mahasiswa. berasal ciri-ciri responden diatas , maka bisa pada simpulkan bahwasanya ciri-ciri responden berdasarkan yang berpendidikan didominasi oleh mahasiswa

3) Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3 Distirbusi Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	23	46%
2	Perempuan	27	54%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data di Olah, 2022

Berdasarkan tabel 4.tiga diatas bisa diketahui responden sinkron jenis kelamin ialah 50 orang yg dijadikan sebagai ressponden sebanyak 21 orang (42%) berjenis kelamin laki - laki serta sebesar 29 orang (58%) berjenis kelamin perempuan i berasal identitas responden diatas, maka bisa bisa di simpulkan bahwasanya ciri-ciri responden berdasarkan jenis kelamin di dominasi responden yang berjenis perempuan .

2.Pembahasan

Kualitas pelayanan artinya upaya buat memuaskan kebutuhan serta cita-cita konsumen serta memilih cara penyampaian buat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut. taraf kepuasan pelanggan bisa diperoleh berasal membandingkan jenis layanan yg benar-benar diterima konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik artinya yang memenuhi serta sesuai menggunakan pelayanan yg dibutuhkan oleh konsumen. namun Jika pelayanan ini dapat digolongkan menjadi pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan kualitas pelayanan yang jelek artinya jenis pelayanan yang berada pada tingkat yang sangat rendah dibandingkan dengan standar atau tidak sesuai dengan harapan pelayanan yang diharapkan konsumen. Alfamart memiliki standar operasional prosedur yang mengutamakan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan menjadi tulang punggung upaya kepuasan pelanggan Alfamart. Hal ini ditunjukkan dengan pelayanan yang ramah oleh karyawan dalam melayani konsumen, sehingga pelanggan yakin akan kembali ke toko untuk berbelanja ketika sudah merasa nyaman berbelanja di Alfamart.

Dalam mengukur kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Alfamart Km 25 penulis berpedoman pada 5 dimensi. Adapun 5 dimensi tersebut adalah *tangibles* (bukti Fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dengan uraian berikut ini:

1) Tangibles (Bukti Fisik)

Kemampuan usaha buat mempresentasikan keberadaannya kepada pihak ketiga, yg berarti kehadiran karyawan dan fasilitas pada pada toko seperti ketenangan pada dalam toko dan kebersihan pada pada toko sama dengan bukti konkret berasal layanan yang diberikan sang karyawan serta perusahaan.

Bukti fisik (Tangible), yaitu seperti penampilan, fasilitas fisik, gedung ruang front office, tersedia area parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruang, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan buat mengetahui tanggapan berasal konsumen alfamart mengenai bukti fisik terhadap kualitas pelayanan pada alfamart km 25 sebagai berikut:.

Tabel 4.4. Tanggapan Dari Konsumen Alfamart km 25 Landasan Ulin Berdasarkan Tangibles (Bukti Fisik) Tentang Kualitas Pelayanan

NO	Item Penelian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SP	P	CP	KP	TP	
1	Penampilan karyawan Alfamart Km 25 Landasan ulin	15 30%	24 48%	8 16%	3 6%	-	50
2	Fasilitas yang disediakan Alfamart Km 25 landasan ulin	25 50%	20 40%	4 8%	1 2%	-	50

	sesuai dengan keinginan konsumen						
	Jumlah	40	44	12	4	-	100
	Rata-rata	20	22	6	2	-	50
	Persentase	40%	44%	12%	4%	0%	100%

Sumber : Data di Olah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui tanggapan asal konsumen alfamart km 25 landasan ulin mengenai agunan karyawan terhadap pelayanan alfamart km 25 adalah dari 50 orang di jadikan menjadi responden 20 orang (40%) menyatakan sangat puas, sebanyak 22 orang (44%) menyatakan puas, sebesar 6 orang (12%) menyatakan cukup puas , sebanyak dua orang (4%) menyatakan kurang puas , serta sebanyak 0 orang (0%) menyatakan tidak puas. Hal ini di lihat dari jasa pelayanan telah di lakukan mirip penampilan karyawan dan kebersihan toko, serta fasilitas lainnya pada pada toko.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa seperti penampilan karyawan serta kebersihan toko, dan fasilitas lainnya di dalam toko alfamart km 25 landasan ulin terhadap kualitas pelayanan adalah dapat di katakan Puas.

Namun dalam meningkatkan strategi bukti fisik pada alfamart km 25 landasan ulin seharusnya manajemen selalu memperhatikan dan mempertahankan dalam mengenai penampilan, meningkatkan fasilitas dan sarana perasana yang memadai, kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan maka konsumen menjadi terpuaskan karena yang diharapkan dapat tercapai dengan baik sehingga agar dapat untuk memperkuat kesan kualitas pelayanan kepada kosumen.

Selain itu, bapak rizal fahlevi selaku kepala toko menyatakan dalam wawancara perihal bukti fisik (Tangible) pada tanggal 22 mei 2022 yang penulis lakukan, yaitu kebersihan lingkungan dan tanggung jawab untuk kebersihan toko, bahwa toko kami termasuk toko yang ramai, jadi setiap karyawan yang masuk harus memperhatikan kebersihan area toko setiap saat. Dalam hal ini saya selaku kepala toko, saya membuat jadwal kebersihan dan di harapkan semua karyawan saya harus peka dan cekatan terutama ketika area toko tampak kotor agar kedepannya toko kami lebih bersih dan konsumen merasa senang saat belanja di toko kami.

2) Reliability (Kehandalan)

Reliability (Kehandalan) itu sendiri ialah kemampuan buat memberikan layanan yg dijanjikan secara instan, akurat serta memuaskan. Kemampuan buat melaksanakan pelayanan yang di janjikan menggunakan secara akurat serta terpecaya. buat mengetahui tanggapan asal konsumen alfamart km 25 landasan ulin tentang kehandalan perihal kualitas pelayanan di alfamart km 25 landasan ulin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Tanggapan Dari Konsumen Alfamart Km 25 Landasan Ulin Reliability (Kehandalan) Tentang Kualitas Pelayanan

NO	Item Penelian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SP	P	CP	KP	TP	
1	Kesiapan dan Kesigapan karyawan memberikan informasi akurat detail produk	15 30%	11 22%	19 28%	5 10%	-	50
2	Kemampuan komunikasi karyawan dalam memberi layanan	17 34%	13 26%	14 30%	4 2%	2 4%	50
	Jumlah	32	24	35	9	2	100
	Rata-rata	16	12	17,5	4,5	1	50
	Persentase	32%	24%	35%	9%	2%	100%

Sumber : Data di Olah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5. diatas diketahui tanggapan berasal konsumen alfamart km 25 landasan ulin mengenai kehandalan karyawan terhadap pelayanan alfamrt km 25 landasan ulin adalah 50 orang yang pada jadikan sebagai responden. sebanyak 16 orang (32%) menyatakan sangat puas, sebanyak 12 orang (24%) menyatakan puas, sebanyak 17,5 orang (35%) menyatakan relatif puas, sebesar 4,5 orang (9%) menyatakan kurang puas, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan tidak puas. Hal ini di lihat berasal jasa pelayanan sudah di lakukan menggunakan cepat dan tepat dalam memberi layanan dan kemampuan komunikasi karyawan pada memberi layanan.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa adapun tanggapan dari karyawan alfamart km 25 landasan ulin mengenai kehandalan terhadap kualitas pelayanan pada alfamart km 25 landasan ulin adalah dapat di katakan cukup puas.

Maka dari itu seharusnya manajemen Alfamart Km 25 Landasan ulin dapat melakukan pengawasan jasa pelayanan kepada karyawannya agar bisa meningkatkan pelayanannya seperti: selalu memeberikan keandalan ketika pelanggan ingin mencari produk yang dicarinya dan kemampuan komunikasi karyawan dalam memberi layanan. Kedisiplinan karyawan yang kurang terutama yang diam saja ketika konsumen berbelanja harus mendapatkan pengawasan langsung karena berpengaruh terhadap hasil kerja karyawan, sehingga kurangnya pengawasan tersebut berdampak pada kurangnya penguasaan kinerja karyawan terhadap pekerjaan dan kinerja menurun, kerena setiap pekerjaan memiliki target kerja masing-masing. Sehingga jika karyawan alfamart km 25 landasan ulin belum dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut sebaiknya diberikan teguran sehingga pelayanan yang diberikan menjadi budaya kerja yang baik kedepannya.

Selain itu, bapak rizal fahlevi selaku kepala toko menyatakan dalam wawancara perihal kehandalan (Reliability) pada tanggal 22 mei 2022 yang penulis lakukan, yaitu beliau mengklaim bahwa semua personil karyawan toko saya dapat diandalkan dalam menawarkan layanan dan memberikan informasi terbaik kepada semua konsumen. Selain itu, untuk meningkatkan keandalan, karyawan mejalani pelatihan secara teratur biasanya setiap 2 bulan sekali untuk mendapatkan pemahaman dan pengetahuan yang lebih besar untuk melayani konsumen.

3) Responsive (Ketanggapan)

Responsive (Ketanggapan), yaitu respon dan persiapan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan layanan secara tepat waktu dan cepat, yang meliputi kesigapan karyawan untuk melayani transaksi dan menangani keluhan kosumen. Kesigapan karyawan dalam merespon permintaan konsumen dan kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen, untuk mengetahuinya tanggapan dari konsumen alfamart km 25 landasan ulin mengenai ketanggapan terhadap kualitas pelayanan pada alfamart km 25 landasan ulin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Tanggapan Dari Konsumen Alfamart Km 25 Landasan ulin Mengenai Responsive (Ketanggapan) Tentang Kualitas Pelayanan

NO	Item Penelian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SP	P	CP	KP	TP	
1	Kemampuan karyawan dalam melayani dan menanggapi keluhan konsumen	10 20%	15 30%	14 28%	8 8%	3 6%	50
2	Karyawan melayani konsumen dengan cepat dan tanggap dalam melayani permintaan konsumen	13 26%	18 36%	12 24%	5 10%	2 4%	50
Jumlah		23	33	26	13	5	100
Rata-rata		11,5	16,5	13	6,5	2,5	50

Persentase	23%	33%	26%	13%	5%	100%
------------	-----	-----	-----	-----	----	------

Sumber : Data di Olah, 2022

Berdasarkan 4.6. diatas bisa diketahui tanggapan berasal responden konsumen alfamart km 25 mengenai ketanggapan karyawan terhadap pelayanan di alfamart km 25 merupakan 50 orang yg di jadikan menjadi responden. sebesar 11,5 orang (23%) menyatakan sangat puas, sebanyak 16,5 orang (33%) menyatakan puas, sebanyak 13 orang (26%) menyatakan cukup puas, sebanyak 6,5 orang (13%) menyatakan kurang puas, serta 2,5 orang (5%) menyatakan tidak puas.

Berdasarkan tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ketanggapan karyawan tentang pelayanan jasa alfamart km 25 landasan ulin dapat dikatakan puas.

Dalam hal ini dapat di artikan bahwa karyawan dalam melayani dan menganggapi keluhan konsumen dan melayani konsumen dengan cepat dan tanggap dalam melayani permintaan sudah bisa dikatakan puas, namun masih terdapat karyawan yang kurang mampu menanggapi hal tersebut. Sebaiknya dari pihak manajemen Alfamart Km 25 landasan ulin terhadap karyawan tersebut dapat memberikan pelatihan dasar mengenai mengenai informasi standar-standar yang digunakan harus disesuaikan dengan permintaan kecepatan respon yang diinginkan konsumen agar sehingga pelayanan yang diberikan lebih baik sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Selain itu, bapak rizal fahlevi selaku kepala toko menyatakan dalam wawancara perihal ketanggapan (Responsive) pada tanggal 22 mei 2022 yang penulis lakukan, yaitu bahwa karyawan saya sangat responsif dalam memberikan pelayanan kepada konsumen tanpa diminta. Oleh karena dalam SOP perusahaan kami menyebutkan itu, untuk penilaian biasa dianggap relatif selama tidak ada keluhan konsumen dan konsumen merasa terbantu. Selaku kepala toko karyawan saya telah membuat langkah-langkah untuk memastikan bahwa setiap karyawan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang peran dan tanggung jawab mereka dengan secara teratur melakukan pengarahan harian sebelum dimulainya shif.

4) Assurance (Jaminan)

Adanya jaminan bahwa jasa yg pada tawarkan memberikan agunan keamanan yang meliputi kemampuan karyawan, rasa aman selama berurusan dengan karyawan serta rasa aman saat berbelanja pada alfamart. untuk mengetahui tanggapan dari konsumen alfamart km 25 landasan ulin mengenai jaminan terhadap kualitas pelayanan di alfamart km 25 landasan ulin ialah menjadi berikut:

Tabel 4.7 Tanggapan Dari Konsumen Alfamart Km 25 Landasan ulin Mengenai Assurance (Jaminan) Tentang Kualitas Pelayanan

NO	Item Penelian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SP	P	CP	KP	TP	
1	Jaminan atas rasa aman melakukan transaksi	21 42%	15 30%	10 20%	2 4%	2 4%	50
2	Jaminan kualitas dan kelengkapan barang yang dibeli konsumen	20 40%	16 32%	12 24%	2 4%	-	50
Jumlah		41	31	22	4	2	100
Rata-rata		20,5	15,5	11	2	1	50
Persentase		41%	31%	22%	4%	2%	100%

Sumber : Data di Olah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7. diatas dapat diketahui tanggapan dari konsumen alfamart km 25 landasan ulin mengenai jaminan karyawan terhadap pelayanan alfamart km 25 landasan ulin merupakan 50 orang pada jadikan sebagai responden. sebesar 20,5 orang (41%) menyatakan sangat puas, sebesar 15,5 orang (31%) menyatakan puas, sebanyak 11 orang

(22%) menyatakan relatif puas, sebanyak 2 orang (4%) menyatakan kurang puas, serta 1 orang (2%) menyatakan tidak puas. dari tanggapan responden diatas, maka bisa disimpulkan bahwa ketanggapan karyawan tentang pelayanan jasa alfamart km 25 landasan ulin bisa dikatakan cukup puas. Hal ini ditinjau berasal jasa pelayanan sudah dilakukan karyawan menggunakan jaminan kualitas dan kelengkapan barang yang di beli dan jaminan atas rasa aman saat berbelanja. berdasarkan penjelasan pada atas dapat pada simpulkan bahwa adapun tanggapan asal karyawan alfamart km 25 landasan ulin mengenai jaminan terhadap kualitas pelayanan di alfamart km 25 landasan ulin merupakan bisa pada katakan sangat puas. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan karyawan menjalankan tugasnya dengan baik. Karyawan Alfamart Km 25 landasan ulin sebaiknya hal ini harus dipertahakan dan ditingkatkan keamanannya dalam melakukan transaksi maupun kelengkapan barang yang dibeli konsumen. Hal tersebut menjadi nilai yang baik karenakan konsumen akan merasa nyaman dan puas jika barang yang dibeli aman.

Hal ini memberikan bahwa jaminan akan memberikan peningkatkan pada kepuasan ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen. sehingga memberikan kesan yang baik dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Selain itu, Bapak rizal fahlevi selaku kepala toko menyatakan dalam wawancara perihal jaminan (Assurance) pada tanggal 22 mei 2022 yang penulis lakukan, yaitu khususnya jaminan saat berbelanja beliau mengatakan bahwa barang-barang yang tersedia ditoko kami semuanya bersih dan tidak ada barang yang kadaluarsa karena setiap hari karyawan saya selaku melakukan pengecekan barang demi keamanan dan kenyamanan konsumen saat berbelanja di toko kami.

5) Empathy (Empati)

Merupakan kemudahan pada menjalin hubungan komunikasi yg baik, perhatian eksklusif serta pemahaman kebutuhan konsumen. Proses pelayanan umum harus pada informasikan secara terbuka agar konsumen dapat menggunakan mudah mengetahui dan memahaminya. impian konsumen atau masyarakat kurang lebih dilayani dengan keramahan karyawan dan kesopanan karyawan. buat mengetahui tanggapan berasal konsumen alfamart km 25 landasan ulin mengenai empati terhadap kualiaras pelayanan pada alfamart km 25 landasan ulin adalah sebagai beriku:

Tabel 4.8 Tanggapan Dari Konsumen Alfamart km 25 Landasan Ulin Berdasarkan Empathy (Empati) Tentang Kualitas Pelayanan

NO	Item Penelian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SP	P	CP	KP	TP	
1	Kepedulian/bantuan karyawan kepada konsumen	12 42%	22 36%	13 18%	3 4%	-	50
2	Keramahan dan kesopanan karyawan kepada konsumen	14 40%	19 30%	10 26%	5 4%	2 4%	50
Jumlah		26	41	23	8	2	100
Rata-rata		13	20,5	11,5	4	1	50
Persentase		26%	41%	23%	8%	2%	100%

Sumber : Data di Olah, 2022

Berdasarkan 4.8. diatas bisa diketahui tanggapan berasal responden konsumen alfamart km 25 tentang ketanggapan karyawan terhadap pelayanan pada alfamart km 25 adalah 50 orang yang pada jadikan menjadi responden. sebesar 13 orang (36%) menyatakan sangat puas, sebesar 20,5 orang (41%) menyatakan puas, sebesar 11,lima orang (23%) menyatakan cukup puas, sebesar 4 orang (8%) menyatakan kurang puas, dan 1 orang (2%) menyatakan tidak puas. Hal ini bisa pada lihat berasal jasa pelayanan sudah pada lakukan menggunakan empati, keramahan, dan kesonpanan karyawan serta kepedulian/bantuan karyawan pada konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa adapun tanggapan dari karyawan alfamart km 25 landasan ulin mengenai empati terhadap kualitas pelayanan pada alfamart km 25 landasan ulin adalah dapat di katakan puas.

Dalam hal ini dapat di artikan bahwa karyawan alfamart km 25 landasan ulin melayani dengan ramah, sopan, peduli terhadap konsumen, dan tidak mengecewakan bisa di katakan puas. Namun ada beberapa konsumen terdapat masih kecewa karena sebagian karyawan menampilkan sikap acuh ketika konsumen datang. Seharusnya manajemen alfamart km 25 landasan ulin mempertegas bahwa personilnya diajarkan untuk memberikan pelayanan yang baik, jika karyawan bersikap sopan, ramah maka para konsumen pasti akan merasa senang dan sangat puas dalam menerima pelayanan.

Selain itu, Bapak rizal fahlevi selaku kepala toko menyatakan dalam wawancara perihal empati (Emphaty) pada tanggal 22 mei 2022 yang penulis lakukan, yaitu bahwa beliau mengatakan karyawan toko saya sangat ramah, baik, tidak pernah baperasaan, selalu meyadari apa yang dibutuhkan konsumen.

Tabel 4.9. Rekapitulasi Tanggapan Dari Konsumen Alfamart Km 25 Landasan ulin Mengenai Kualitas Pelayanan

NO	Item Penelian	Kategori Penilaian					Jumlah
		SP	P	CP	KP	TP	
1	Bukti Fisik	40%	44%	12%	4%	0%	100%
2	Kehandalan	33%	38%	17%	10%	2%	100%
3	Ketanggapan	29%	25%	28%	13%	5%	100%
4	Jaminan	41%	31%	22%	4%	2%	100%
5	Empati	26%	41%	23%	8%	2%	100%
Jumlah		169	179	102	39	11	500
Persentase		34%	36%	20%	8%	2%	100%

Sumber : Data di Olah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9. Rekapitulasi jawaban responden tentang kualitas pelayana di alfamart km 25 landasan ulin ialah 50 orang pada jadikan sebagai responden, buat kategori penelian Sangat Puas yaitu sebanyak 34%, unutk kategori penelian Puas yaitu sebesar 36%, buat kategori penelian cukup Puas yaitu sebesar 20%, buat kategori penelian Kurang Puas yaitu sebesar 8%, serta buat kategori penilian tidak Puas yaitu sebesar dua%. berasal tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada alfamart km 25 landasan ulin yg ditekukan oleh lima demensi/indikator Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, jaminan, dan empati bisa pada katakan Sangat Puas dengan hasil rekapitulasi sebanyak 36% dan berada pada kategori Puas.

Dapat di simpulkan obeservasi yang peneulis lakukan dapat dilihat bahwa dari tanggapan responden, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada alfamart km 25 landasan ulin yang dintentukan oleh lima demensi/indicator yaitu Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati dapat dikatakan Puas.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai kualitas pelayanan di toko Alfmart Km 25 landasan ulin dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Alfmarat Km 25 Landasan ulin yang di tentukan oleh lima demensi/indikator yaitu Bukti Fisik, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati dapat dikatakan Puas.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, faktor penghambat kualitas pelayanan pada Alfamart Km 25 Landasan ulin adalah kurangnya kesiapan dan kesigapan karyawan memberikan informasi yang detail mengenai produk.
3. Bahwan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang diberikan oleh toko alfamart km 25 yaitu tentunya semaksimal mungkin melakukan pelayanan terbaik, yaitu

melakukan bentuk rasa hormat kepada pelanggan, setia menemani pelanggan untuk mencari apa yang dibutuhkan pelanggan, memberikan kualitas rasa yang nyaman, mendengarkan saran pelanggan, memberikan kesetiaan mendengarkan keluhan pelanggan serta memberikan jaminan keamanan terhadap pelanggan terhadap produk yang diberikan.

REFERENSI

- Retno wulandari. 2018. Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Pada Alfamart Jalan Agus Salim M170 Kota Kediri Di Universitas Nusantara Kediri (PGRI). Hal 1-6
- Reimond Yohanes Monintja, Silvy Mandey, Agus Soegoto. Analisis Merek, Promosi Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Gelael Swalayan Manado (Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 3 (4), 2016. Hal 40-47.
- Nurjanah. 2013. Analisis pengaruh lokasi, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Di Universitas Diponegoro Semarang (undip). Hal 40-50
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi 12. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurhadi (2020), Analisis Kualitas Pelayanan Dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Toko Hyepermart Banjarmasin.
- Discafry Dela MP, 2012, Analisis Kualitas Pelayanan Dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan GSM MENTARI PADA PT INDOSAT Tbk. MAKASAR.
- Dimas Raditya (2013), Analisis Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi PO. Wisata Komodo Denpasar.
- Kusuma dan Nurcahya (2013), Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Bali Summer Restaurant Kuta.
- Kotler Philip, Armstrong Gary. 2008. Prinsip - prinsip Pemasaran edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Kesembilan Jilid Kesatu*. PT. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi dan Handani. 2008. Pemasaran jasa Jakarta: Salemba Empat. M.B.A , Riduwan 2015. Belajar mudah penelitian untuk guru - karyawan dan peneliti semula Bandung : Alfabeta.

- Mowen John C , MinoNIVERSITAS ISLAM RIAL Michael 2002. "perilaku konsumen" edisi ke lima. Jakarta: Erlangga. Nungkiprasiska, nikita. 2012. "analisis kepuasankonsumen pada minimarket omi w - mart ".
- Setiawan Erik, andayani ayu. 2016. " Analisi kepuasan konsumen (suatu kasus pada kedai kopi di wilayah majalengka) "dalam jurnal ilmu pertanian dan pertanian volume 4 nomor 2 desember 2016. Majalengka.
- Shaleh, Ismail. 2016. "Analisis kepuasan konsumen pada metro plaza di pekanbaru".