

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SEBLAK BANDUNG TETEHL SKIP LAMA TEA BANJARMASIN

ABSTRAK

Ana Mudrikah¹, Hj. Lamsah², Ervica Zamilah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari Banjarmasin, 17.31.0882

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari Banjarmasin, 1125126201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad
Al-Banjari Banjarmasin, 1130077601

Email : anamudrikah08@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) kualitas pelayanan (tangible) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (2) kualitas pelayanan (reliability) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (3) kualitas pelayanan (responsiveness) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (4) kualitas pelayanan (assurance) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (5) kualitas pelayanan (empathy) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin dan (6) semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan merupakan penelitian survey. Populasi penelitian seluruh pelanggan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin dan sampel sebesar 30 responden dengan analisis data Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) kualitas pelayanan pada dimensi tangible secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (2) kualitas pelayanan pada dimensi reliability secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (3) kualitas pelayanan pada dimensi responsiveness secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (4) kualitas pelayanan pada dimensi assurance secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (5) kualitas pelayanan pada dimensi empathy secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin, (6) kualitas pelayanan meliputi dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara simultan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea Banjarmasin. Semakin baik pelayanan yang diberikan Seblak Bandung Tetehl Skip Lama Tea terhadap pelanggan maka pelanggan akan semakin puas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine : (1) service quality (tangible) partially affect customer satisfaction at Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (2) service quality (reliability) partially affect customer satisfaction at Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (3) service quality (responsiveness) partially affect customer satisfaction at Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (4) service quality (assurance) partially affect customer satisfaction at Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (5) service quality (empathy) partially affect customer satisfaction at Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin and (6) all service quality variables have a simultaneous affect on customer satisfaction at Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin.

The design of this research is descriptive quantitative research and is a survey research. The research population is all customers of Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin and a sample of 30 respondents with Multiple Linear Regression data analysis.

The results of study show : (1) service quality on the tangible dimension partially has no effect on customer satisfaction Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (2) service quality on the reliability dimension partially affects customer satisfaction Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (3) service quality on the responsiveness dimension partially has no effect on customer satisfaction Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (4) service quality on the assurance dimension partially has no effect on customer satisfaction Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (5) service quality on the empathy dimension partially has no effect on customer satisfaction Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin, (6) Service quality includes dimensions of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously have a positive effect on customer satisfaction at Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin. The better the service provided by Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea to customers, the more satisfied customers will be.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan penduduk di kota Banjarmasin yang semakin bertambah dan semakin pesatnya seluruh aspek pada masa globalisasi semacam ini menimbulkan terbentuknya pergantian pola sikap konsumsi masyarakat. Ketersediaan waktu yang semakin sedikit dan kemacetan yang terdapat di beberapa titik di kota Banjarmasin, membuat banyak masyarakat memilih mengkonsumsi makanan di luar rumah. Dengan meningkatnya pertumbuhan rumah makan dan restoran di kota Banjarmasin baik yang berskala besar maupun kecil maka para

pengusaha rumah makan dan restoran ini harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggan mereka. Pelanggan yang puas serta loyal (setia) merupakan kesempatan buat memperoleh pelanggan baru. Mempertahankan seluruh pelanggan yang ada biasanya akan lebih menguntungkan dibanding dengan pergantian pelanggan karena biaya buat menarik pelanggan baru dapat 5 kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang telah ada.

Persaingan bisnis saat ini terus menjadi dinamis, kompleks, serta tidak tentu sehingga memacu para pengelola industri buat bisa berpikir secara kreatif serta inovatif supaya senantiasa membagikan diferensiasi

dan keunggulan untuk perusahaannya dibanding para pesaingnya. Industri dituntut tidak cuma hanya meningkatkan produk yang baik, menawarkan dengan harga yang menarik, serta membuatnya gampang didapatkan oleh pelanggan yang memerlukan.

Keunggulan kompetitif dapat dicapai apabila pelaku usaha mampu memberikan kepuasan pada pelanggannya. Perusahaan harus mempunyai komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memuaskan pelanggan secara terus menerus. Kepuasan pelanggan menjadi sangat penting karena pada kenyataan yang ada, pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan jasa yang dididatkannya cenderung hendak mencari penyedia layanan jasa yang lain yang sanggup memuaskan kebutuhannya.

Kualitas pelayanan ialah kunci sukses untuk industri dalam mengalami masa kompetisi yang semakin tajam. Kualitas pelayanan adalah perbandingan dari harapan pelanggan dengan persepsi dari layanan nyata (actual performance) yang mereka terima (Parasuraman, 1985). Kualitas layanan juga didefinisikan selaku anggapan konsumen secara totalitas baik keunggulan serta kelemahan dari organisasi dalam layanannya (Taylor dan Baker, 1994).

Kepuasan pelanggan tidak Cuma dapat diraih dengan kualitas pelayanan saja, namun terdapat faktor-faktor lain bisa menunjang terpenuhinya kepuasan pelanggan. Zeithmal dan Bitner (2003) mengemukakan kalau kepuasan merupakan konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas layanan, akan tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain

semacam kualitas pelayanan ataupun jasa, kualitas produk, harga, aspek suasana, serta aspek individu dari pelanggan. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berpikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik.

Industri kuliner di kota Banjarmasin tidak hanya berpaku pada makanan khas daerah tetapi untuk makanan dari daerah lain juga banyak diperjualkan di kota Banjarmasin salah satunya seblak yang berasal dari kota Bandung tersebut. Walaupun seblak berasal dari kota Bandung, tetapi masyarakat kota Banjarmasin juga banyak yang menggemari seblak, terutama kalangan anak muda dan para pecinta makanan pedas.

Seblak Bandung Tete Skip Lama Tea merupakan salah satu rumah makan yang menjual seblak yang ada di kota Banjarmasin. Seblak Bandung Tete Skip Lama Tea yang beralamat di jalan Mayjen Sutoyo S tersebut berdiri sejak tahun 2016. Banyak pesaing yang juga menjual seblak tetapi tidak menghalangi Seblak Bandung Tete Skip Lama Tea untuk bertahan bahkan berkembang sampai sekarang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea yang berlokasi di Jalan Sutoyo S Banjarmasin, dengan pengambilan data penelitian menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 30 pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea.

Dari hasil analisis regresi linier berganda secara parsial diketahui dari kelima dimensi kualitas pelayanan hanya terdapat satu dimensi yang memiliki pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea, yaitu dimensi reliability yang mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang artinya Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea selama ini belum memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya, sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dengan kelima dimensinya memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea.

Dari hasil analisis data penelitian ini diketahui kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif kepada kepuasan pelanggan sebesar 53,1% sedangkan sisanya 46,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, mungkin seperti rasa masakan dari Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea yang enak atau bahan masakan yang digunakan berkualitas yang membuat para konsumen tetap menjadi pelanggan setia dari Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea.

KESIMPULAN

- 1). Kualitas pelayanan pada dimensi tangible secara parsial tidak berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin.

- 2). Kualitas pelayanan pada dimensi reliability secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin.
- 3). Kualitas pelayanan pada dimensi responsiveness secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin.
- 4). Kualitas pelayanan pada dimensi assurance secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin.
- 5). Kualitas pelayanan pada dimensi empathy secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin.
- 6). Kualitas pelayanan meliputi dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara simultan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin. Semakin baik pelayanan yang diberikan Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea terhadap pelanggan maka pelanggan akan semakin puas.

SARAN

Peneliti hanya dapat memberikan saran yaitu dilihat dari hasil uji secara parsial diketahui

hanya terdapat satu dimensi dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu dimensi reliability (keandalan), artinya Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin selama ini belum memberikan pelayanan yang maksimal kepada para pelanggannya, dari hal tersebut peneliti ingin menyarankan pengelola Seblak Bandung Teteh Skip Lama Tea Banjarmasin untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan pada dimensi tangible (bukti fisik), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati), dengan melakukan pelayanan secara maksimal pada ruang lingkup dimensi kualitas pelayanan tersebut agar dapat memberikan kepuasan yang lebih lagi kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchory., dan Saladin, Djaslim. 2010. Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab. Bandung : CV. Linda Karya.

Andhik Wahyu Kristianto, 2015, tesis- PM 147501, *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN MUTU PELAYANAN DI RETAIL X SURABAYA DENGAN PENDEKATAN METODE SERVICE QUALITY DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT*

Buena.(2015). *Metode Analisis Kualitas Pelayanan Parasuraman Zeithaml Berry.*

Diambil dari

<http://blogbuenalamtia.blogspot.de/>

Daryanto. 2011. Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah. Bandung: Satu Nusa.

Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi

2. Yogyakarta: Andi.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS

Gaspersz, Vincent. (2002). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa.* Jakarta:

Gramedia

Hasan, Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, h.90

Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* (Damos Sihombing

dan Wisnu Chandra K. Terjemahan). Jakarta: Erlangga

Lina Sari Situmeang, 2017, *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN ISTANA HOT PLATE MEDAN*

Lovelock, Christopher and Evert Gummesson. Whither Services Marketing : In

Search of a New Paradigm and Fresh Perspectives. Journal of Service

Research 2004 7: 20

Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2015 h. 16

Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988). “*servgual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. Journal of Retailing. Vol 64 (1) pp 12-37

Parasuraman A Valerie. (2001). Delivering Quality Service. (diterjemahkan oleh sutanto). New York. The free press

Philip kottler & Keller, Manajemen Pemasaran (13 ed.). Jakarta: Erlangga, 2011

h.140

Susan M. Gage. (2006). *Strategi Pelayanan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga

Swastha, Basu. 2002. Azaz-azaz Marketing. Edisi 3, Cetakan 6, Yogyakarta:Liberty

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2008. Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen. Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit :

BPFE, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2002. Manajemen Perusahaan Jasa. Yogyakarta : CV Andi.