

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *SHOPKEEPER* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WICLO STORE KECAMATAN PRAYA KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh

M. HADI RISWANDA
NIM. 217120015

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *SHOPKEEPER* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WICLO STORE KECAMATAN PRAYA
KABUPATEN LOMBOK TENGAH**

M. Hadi Riswanda¹, H. Muhammad Ali², Selva³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh signifikan variabel Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan Benda Berjud secara parsial dan simultan, serta variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Wiclo Store. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik rumah pada Toko Wiclo Store. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini probability sampling. Jumlah sampel adalah 97 orang. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda.

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan variabel Keandalan (X_1), Ketanggapan (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4) dan Benda Berjud (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Wiclo Store, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan regresi yang dilihat dari nilai F hitung sebesar 11.838 dengan taraf signifikansi 0,000. Sedangkan secara parsial variabel Keandalan (X_1), Ketanggapan (X_2), Jaminan (X_3), Empati (X_4) dan Benda Berjud (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Wiclo Store. Adapaun variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Toko Wiclo Store adalah variabel ketanggapan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pencerahan kepada pemilik toko yang akan menjual pakaian dan asesoris lainnya, bahwasannya tidak hanya harga yang dilihat oleh konsumen, tetapi kualitas pelayanan menjadi hal utama yang perlu diperhatikan.

Kata kunci: Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati dan Benda Berjud dan Kepuasan Konsumen

THE EFFECT OF SHOPKEEPER SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT WICLO STORE, PRAYA, CENTRAL LOMBOK

M. Hadi Riswanda¹, H. Muhammad Ali², Selva³

ABSTRACT

This study intended to investigate the significant influence of the variables of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles, both partially and simultaneously, as well as the most dominant variable affecting Consumer Satisfaction at Wiclo Store. This research is quantitative in nature. The population of this study consists of all homeowners at Wiclo Store. The sampling technique used in this research is probability sampling, with a sample size of 97 people. The data analysis technique includes validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results of the study prove that simultaneously, the variables of Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), and Tangibles (X5) have a significant influence on consumer satisfaction at Wiclo Store, as evidenced by the regression calculation with an F value of 11.838 and a significance level of 0.000. Partially, the variables of Reliability (X1), Responsiveness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), and Tangibles (X5) also significantly affect consumer satisfaction at Wiclo Store. The most dominant variable influencing consumer satisfaction is responsiveness. This research is expected to provide insights to store owners who sell clothing and other accessories that not only price matters to consumers, but service quality is a key aspect that needs to be prioritized.

Keywords: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles, Consumer Satisfaction*

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kualitas pelayanan yang baik merupakan langkah penting bagi perusahaan dalam bersaing di sektor jasa dan sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen. Kualitas ini mencakup fasilitas yang memadai, layanan yang memuaskan, kenyamanan, keamanan, dan kepuasan secara keseluruhan. Dengan cara ini, manajemen dapat mengawasi perkembangan kualitas layanan dari waktu ke waktu. Untuk meningkatkan kualitas layanan secara efektif, penting untuk melibatkan manajemen, supervisor, dan staf pelaksana layanan dalam proses tersebut.

Menurut Parasuraman (seperti dikutip oleh Ferdinand dan Augusty, 2002 dalam Nurdiansyah, 2002), terdapat satu set atribut pelayanan yang lengkap yang dapat digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi kinerja layanan suatu perusahaan. Evaluasi kualitas layanan didasarkan pada lima dimensi, yaitu jaminan, daya tanggap, keandalan, empati, dan bukti fisik. Atribut-atribut ini dapat dijelaskan dan disesuaikan dengan jenis bisnis yang sedang dievaluasi serta digunakan sebagai standar oleh konsumen untuk menilai kinerja bisnis tersebut.

Saat ini, banyak perusahaan, terutama yang bergerak di industri jasa, menganggap bahwa kualitas layanan adalah faktor utama untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, baik dari segi operasional maupun strategis.

Banyak perusahaan, termasuk yang berfokus pada layanan, menekankan bahwa tujuan utama mereka adalah memuaskan konsumen. Meskipun cara penyampaian tujuan ini dapat berbeda misalnya, dengan menyatakan "memenuhi harapan setiap konsumen," "konsumen adalah raja," atau "kepuasan konsumen adalah prioritas kami" konsep ini berlaku tidak hanya di sektor swasta, tetapi juga di instansi pemerintah. Kesadaran masyarakat tentang pentingnya layanan dan kepuasan konsumen semakin meningkat sebagai kunci untuk mempertahankan pertumbuhan bisnis dan memenangkan persaingan. Namun, mencapai kepuasan konsumen secara menyeluruh tetap merupakan tantangan besar.

Konsumen saat ini telah mengalami perubahan dibandingkan beberapa tahun lalu. Mereka kini lebih "terdidik" dan lebih menyadari hak-hak mereka. Oleh karena itu, beberapa pemasar berpendapat bahwa adalah hal yang tidak realistis bagi perusahaan untuk mengharapkan tidak adanya ketidakpuasan dari konsumen. Meskipun demikian, setiap pelaku usaha harus berusaha mengurangi keluhan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, penting juga bagi bisnis untuk fokus menangani konsumen yang merasa tidak puas.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan adalah sikap keseluruhan yang ditunjukkan oleh pelanggan terhadap barang atau jasa setelah mereka menggunakannya. Ini adalah pengalaman yang terjadi setelah pembelian, di

mana pelanggan mengevaluasi kinerja produk berdasarkan harapan mereka. Mereka bisa mengalami emosi positif, negatif, atau netral, dan tanggapan emosional ini mempengaruhi persepsi mereka terhadap kepuasan atau ketidakpuasan (Mowen dan Minor 2002:89). Jika seorang pelanggan puas, mereka cenderung tetap loyal dan akan terus menggunakan jasa yang memuaskan mereka. Perasaan puas ini muncul karena layanan tersebut memenuhi harapan mereka dan memberikan kenyamanan.

Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan biasanya muncul dari pengalaman positif selama transaksi, yang kemudian memicu respons yang menguntungkan dari pelanggan (Kurniasari dan Ernawati, 2012). Kepuasan ini memengaruhi sikap pelanggan di masa depan setelah mereka menggunakan atau merasakan produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga pelanggan yang puas kemungkinan besar akan terus menggunakan layanan tersebut (Muktono, 2014). Ini sesuai dengan teori Tjiptono (2012:38), yang menjelaskan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapan mereka.

Dalam penelitian ini, penulis berusaha menemukan subjek penelitian untuk menguji teori tersebut, yaitu: Toko Wiclo Store yang terletak di Jalan Untung aurapati no. 30 kampung jawe, Kecamatan Praya kabupaten Lombok Tengah merupakan salah satu toko atau toko yang menyediakan pakaian pria dan wanita, termasuk juga sepatu dan asesoris lainnya. Toko Wiclo Store buka dari pukul 08.00 WITA sampai 22.00 WITA.

Dari data Badan Pusat Statistik Kota Mataram Tahun 2023 menyatakan bahwa banyaknya jumlah usaha kecil dan rumah tangga yang bergerak di bidang kerajinan dan aneka berjumlah 566 usaha, sedangkan yang bergerak di bidang fashion mencapai 198 usaha. Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang fashion tersebut, berdampak juga pada penurunan jumlah penjualan Toko Wiclo Store sehingga. Berdasarkan wawancara dengan owner Toko Wiclo Store, didapatkan penghasilan bersih Toko Wiclo Store tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1 Pendapatan Bersih Toko Wiclo Store Periode Tahun 2021-2023
Pendapatan Bersih Toko Wiclo Store

Tahun	2021	2022	2023
	Rp 112.908.000	Rp 146.325.500	Rp 127.563.000

Sumber: Toko Wiclo Store, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1 dia atas menunjukkan bahwa pada Tahun 2021, jumlah pendapatan bersih Toko Wiclo Store adalah mencapai Rp 112.908.000,-, kemudian pada Tahun 2022 naik menjadi Rp 146.325.500,- namun pada Tahun 2023 kembali menurun menjadi Rp 127.563.000,-.

Menurut pengamatan peneliti, terjadinya kenaikan dan penurunan pendapatan Toko Wiclo Store disebabkan oleh munculnya kompetitor-kompetitor baru dari Toko Wiclo Store yang menerapkan berbagai macam strategi untuk meningkatkan penjualan. Dan hal, strategi tersebut tidak dilakukan oleh Toko Wiclo Store, seperti para kompetitor mempromosikan produk mereka lewat official akun Instagram dan shopee. Dapat diketahui bahwa dalam

mempromosikan produknya, kompetitor-kompetitor tersebut banyak bekerja sama dengan *influencer*, idol ataupun artis kota Mataram. Melalui kerjasama tersebut membuat produk mereka mudah dikenali oleh masyarakat. Selain itu para kompetitor juga menciptakan berbagai inovasi *branding* sendiri dengan berbagai produk, kompetitor juga juga memfasilitasi desain di dalam toko yang membuat pembeli merasakan suasana lain ketika berada di dalamnya. Ada beberapa spot atau bagian di dalam toko yang merupakan hasil kerjasama toko dengan berbagai *brand* lainnya. Hal ini tentunya berdampak langsung terhadap kepuasan konsumen Toko Wiclo Store.

Toko Wiclo Store menghadapi masalah dalam hal kepuasan pelanggan, khususnya terkait dengan kualitas pelayanan. Hal ini terlihat dari antrean panjang di layanan pelanggan, yang disebabkan oleh hanya adanya satu karyawan yang bertugas di bagian tersebut. Akibatnya, antrean mengular, terutama pada pagi hingga siang hari, dan pelanggan harus menunggu lebih dari 15 menit untuk mendapatkan pelayanan.

Selain itu, permasalahan lain yang terjadi pada Toko Wiclo Store adalah pelanggan hanya membeli satu kali saja dan kebanyakan tidak melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan oleh Toko Wiclo Store. Dilihat dari tingkat komitmen pelanggan, dimana pelanggan Toko Wiclo Store yang tetap memilih brand yang ditawarkan oleh Toko Wiclo Store sangat sedikit. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan owner Toko Wiclo Store, hal tersebut dikarenakan banyaknya bermunculan brand-brand yang

menawarkan produk yang bervariasi, lebih murah dan lebih menarik. Hal tersebut di atas menunjukkan bahwa loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan dalam memilih produk-produk Toko Wiclo Store perlu ditingkatkan lagi, guna menciptakan kepuasan terhadap para pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Shopkeeper Terhadap Kepuasan Konsumen di Wiclo Store Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store?
2. Apakah ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store?
3. Apakah Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store?
4. Apakah Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store?
5. Apakah Benda berwujud berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai masalah yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store.
2. Untuk mengetahui apakah ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store.
3. Untuk mengetahui apakah jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store.
4. Untuk mengetahui apakah empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store.
5. Untuk mengetahui apakah benda berwujud berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Wiclo Store.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang bisa diambil dari hasil penelitian ini meliputi:

1. Manfaat Akademis

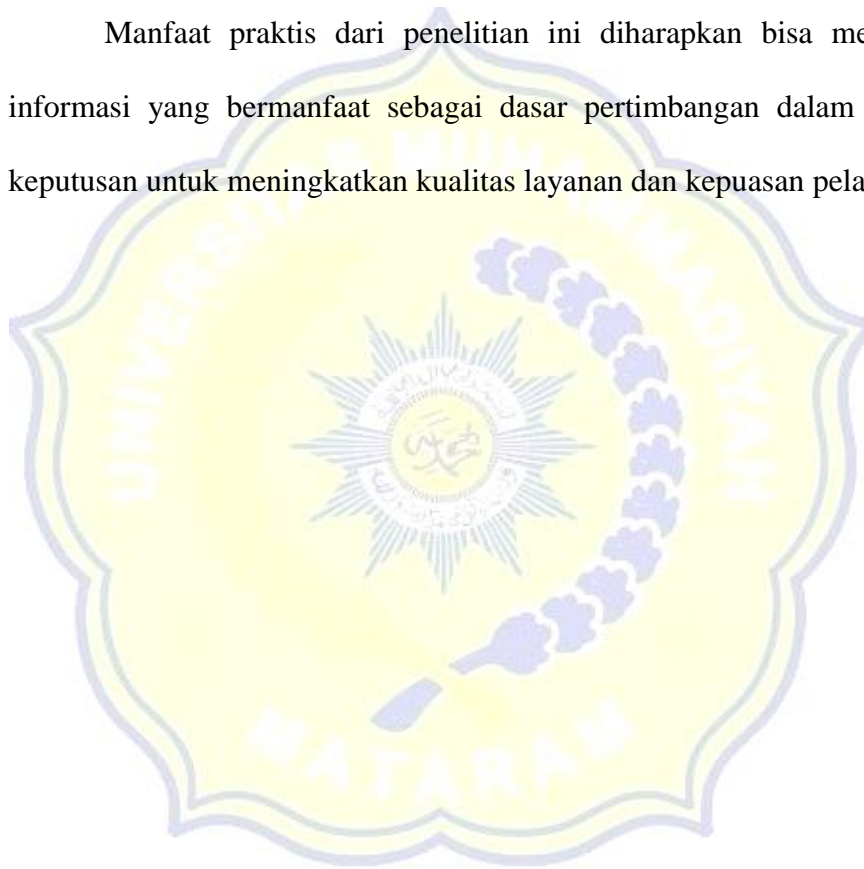
Penelitian ini memberikan manfaat akademis sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana (S1) Administrasi Bisnis di Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan mengembangkan teori yang sudah ada, serta menambah pengetahuan dan kontribusi terhadap literatur penelitian yang ada.

3. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi yang bermanfaat sebagai dasar pertimbangan dalam membuat keputusan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan diatas, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, empati dan benda berwujud secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Toko Wiclo Store.
2. Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, empati dan benda berwujud secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen pada Toko Wiclo Store.
3. Variabel yang dominan mempengaruhi Kepuasan konsumen pada Toko Wiclo Store pada Toko Wiclo Store adalah variabel ketanggapan.

5.2. Saran

Adapun beberapa saran dari penelitian ini antara lain :

1. Dilihat dari indikator ketanggapan. Ketanggapan pada Toko Wiclo Store cukup sesuai dengan kualitas pelayanan, namun diharapkan dengan ketanggapan yang telah diberikan kepada konsumen, dapat memberikan manfaat yang banyak bagi konsumen, seperti nyaman dalam berbelanja.
2. Bagi Toko Wiclo Store agar meningkatkan kualitas pelayanan seperti Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, empati dan benda berwujud yang telah

mendapatkan tanggapan cukup setuju dari para responden. Kemudian Toko Wiclo Store.

3. Untuk peneliti selanjutnya, penting untuk mencatat bahwa penelitian ini hanya menggunakan lima variabel independen (Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, dan Benda Berwujud). Oleh karena itu, masih perlu dilakukan kajian terhadap variabel independen lain yang tidak termasuk dalam model ini, serta mempertimbangkan lokasi dan media jaminan tambahan yang dapat mendukung kemajuan dan perkembangan Toko Wiclo Store atau bisnis serupa

