

HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN MOMOO MILK FRESH SAMARINDA TAHUN 2019

Syarfina

Universitas Mulawarman
Syarfinafina.sf@gmail.com

Reza

Universitas Mulawarman
reza_pendeko79@yahoo.co.id

Noor Ellyawati, S.Pd., MM.,

Universitas Mulawarman
noor.ellyawati@fkip.unmul.ac.id

Abstract

This study aims to find out the relationship between service quality and customer satisfaction. Momoo Milk Fresh Samarinda Year 2019. This study consists of two variables, namely dependent variables, consumer satisfaction, and independent variables, namely service quality. Sampling technique using accidental sampling. The sample in this study was Momoo Milk Fresh Samarinda consumers, as many as 97 people. The data analysis technique in this study uses the product moment correlation analysis method to determine the relationship between one or more independent variables (X) and dependent variables (Y). The results showed a significant relationship between the relationship of service quality and customer satisfaction, with a *r*hitung value of = 0.477 and a significant P value of 0.000. Furthermore, they obtained the value of the correlation coefficient, or *t* test, of 5,294. That is, the level of correlation coefficient that occurs is in a moderate category.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen, kepuasan konsumen dan variabel independen yaitu kualitas pelayanan. Teknik penentuan sampel menggunakan Accidental Sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda sebanyak 97 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi product moment yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X) atau lebih dengan variabel dependen (Y). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda dengan nilai *r*hitung sebesar = 0,477 dengan signifikan P value sebesar 0,000. Selanjutnya, diperoleh Diperoleh nilai koefisien korelasi atau Uji *t* sebesar 5,294. Artinya, tingkat koefisien korelasi yang terjadi berada dalam kategori sedang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dari masa ke masa begitu cepat meningkat menyebabkan banyak fenomena yang terjadi di sekitar lingkungan. Contoh kecilnya seperti bisnis ataupun usaha dibidang jual beli, seperti berjualan minuman yang akhir-akhir ini tengah berkembang sangat pesat dan cukup terkenal. Hal tersebut rupanya ditandai dengan adanya berbagai jenis outlet minuman serta kafe yang telah berdiri diberbagai sudut kota Samarinda.

Kualitas Pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen dengan lima dimensi utama, yakni bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*empathy*) (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012).

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Sunyoto, 2013). Kepuasan Konsumen dipengaruhi oleh beberapa hal seperti kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan, harga yang terjangkau (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012)

Sesuai dengan latar belakang diatas yang menyinggung tentang masalah Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019. Maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan karyawan Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019.
3. Untuk mengetahui singnifikasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dimana metode penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan guna mengetahui seberapa besar Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019.

Penelitian ini dilakukan di Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda, Jl. Rotan Semambu, No. 20, Kel. Air Hitam, Samarinda Ulu. Waktu penelitian dimulai sejak pengajuan proposal hingga penyusunan laporan selesai. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda dengan sampel yang ditetapkan sebanyak 97 orang atau responden pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, dokumentasi, kuesioner dan wawancara.

Instrumen merupakan alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lebih cermat, lebih lengkap dan simetris sehingga data mudah diolah. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini berupa alat instrumen lembar angket pada konsumen Momoo Milk Fresh Samarinda.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi product moment untuk menguji kekuatan hubungan antar variabel. Untuk mengetahui tingkat hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *Momoo Milk Fresh*, penulis menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 23*.

Adapun rumus korelasi product momen sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Korelasi antara variabel X dengan variabel Y
- x = variabel independen
- y = variabel dependen
- $\sum xy$ = Jumlah dari variabel X dengan variabel Y
- $\sum x^2(y^2)$ = Jumlah dari perkalian x^2 dan y^2

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Koefisien Korelasi

Tabel 1. *Correlations* Responden Berdasarkan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.477**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	97	97
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.477**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Diolah Dengan Program Spss 23

2. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 2. Hasil Perhitungan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	10.920	3.706		2.947	.004
	Kualitas Pelayanan	.436	.082	.477	5.294	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Diolah Dengan Program Spss 23

3. Korelasi Product Momen

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{\sum_{xy}}{\sqrt{(\sum_{x^2})(\sum_{y^2})}} \\
 &= \frac{97(133.043) - (4.349)(2.957)}{\sqrt{97 \cdot 196.055 - (4.349)^2} \sqrt{97 \cdot (91.035) - (2.957)^2}} \\
 &= \frac{12.905.171 - 12.859.993}{\sqrt{19.017.335 - 18.913.801} \sqrt{8.830.395 - 8.743.849}} \\
 &= \frac{45.178}{\sqrt{103.534} \sqrt{86.546}} \\
 &= \frac{45.178}{321,7669 \times 294,1870} \\
 &= \frac{45.178}{94,659,6} \\
 &= 0,477
 \end{aligned}$$

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019. Kesimpulan tersebut di peroleh dari hasil analisis berdasarkan rumus korelasi *product moment* dengan nilai *rhitung* = 0,477 dan setelah di bandingkan dengan *rtabel* = 0,202. *rhitung* lebih besar dari *rtabel* ($0,477 > 0,202$) pada taraf signifikan 5%. Selanjutnya untuk mengetahui hasil analisis dengan menggunakan rumus Uji t sebesar 5,294 artinya ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019 atau dapat dikatakan “**diterima**”. karena hasil perhitungan terletak antara 0,40 – 0,559. Dengan demikian, tingkat koefisien korelasi yang terjadi berada dalam kategori “**Sedang**”. Koefisien Determinasi Uji r yang terjadi bersifat positif (+ 0,477) dengan nilai koefisien determinasi sebesar $0,477^2 \times 100 = 22,75\%$. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan meningkat, maka akan disertai oleh meningkatnya variabel kepuasan konsumen pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda sebesar 22,75%.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian dalam bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang sedang dengan kepuasan konsumen pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda tahun 2019. Hal ini dikarenakan masih banyak kualitas pelayanan yang belum optimal memberikan pelayanan kepada konsumen seperti di indikator bukti fisik dan dapat dilihat dari 97 responden, baik sebanyak 76 responden (78,35%), cukup baik sebanyak 1 responden (1,03%), kurang baik sebanyak 1 responden (1,03%) dan sangat baik sebanyak 19 responden (19,59%).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki hubungan dengan kualitas pelayanan pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda tahun 2019, dimana konsumen sudah merasa sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan di lihat dari indikator dari kepuasan konsumen dan dapat dilihat dari 97 kategori, sesuai sebanyak 70 konsumen atau responden (72,16%), cukup sesuai sebanyak 11 konsumen atau responden (11,35%) dan sangat sesuai sebanyak 16 konsumen atau responden (16,49%).
3. Adapun hasil analisis statistik yang dihasilkan dari Hasil Uji r menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Konsumen (Y) pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019 adalah sebesar $(r) = 0,477$ dengan

signifikan P value sebesar 0,000. Sementara *rtabel* sebesar 0,202 dengan level signifikan 0,05. Jadi, kesimpulannya $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan P value $< \alpha$ dengan demikian “Ha diterima”, yang artinya ada hubungan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Konsumen (Y) pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda Tahun 2019. Diperoleh nilai koefisien korelasi atau Uji t sebesar 5,294. Dikatakan sedang, karena hasil perhitungan terletak antara 0,40 – 0,559. Dengan demikian, tingkat koefisien korelasi yang terjadi berada dalam kategori “Sedang”.

Koefisien Determinasi Uji r yang terjadi bersifat positif (+ 0,477) dengan nilai koefisien determinasi sebesar $0,477^2 \times 100 = 22,75\%$. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan meningkat, maka akan disertai oleh meningkatnya variabel kepuasan konsumen pada Outlet Momoo Milk Fresh Samarinda sebesar 22,75%.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Andi Offset.
- Fatmasari, Dewi. 2018. “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart di Kelurahan Srandol Wetan Semarang”. ISSN Vol. 3, Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Sunyoto, D. (2013). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Cetakan ketiga. *CAPS. Yogyakarta*.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi. Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Witrin, Rosy. 2014. “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Lamun Ombak Padang”. ISSN. Padang : Universitas Negri Padang.