

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI PD SAGITARIUS INTI

<sup>1</sup>Dewi Tresnasari

<sup>2</sup>Eka Aprilistia Sudewi

<sup>3</sup>Dian Candra Fatihah

Program Studi Administrasi Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha Bandung

<sup>1</sup>[piksi.dewitresnasari.18301159@gmail.com](mailto:piksi.dewitresnasari.18301159@gmail.com), <sup>2</sup>[piksi.eka.18301166@gmail.com](mailto:piksi.eka.18301166@gmail.com),  
<sup>3</sup>[diancandrafatihah@gmail.com](mailto:diancandrafatihah@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19 di PD Sagitarius Inti. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini ialah metode kuantitatif deskriptif yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari hasil kuesioner yang diisi oleh 35 responden yang merupakan konsumen PD Sagitarius Inti, daftar kajian pustaka dan wawasan penulis. Dari hasil pengolahan data yang diperoleh, didapatkan koefisien determinasi sebesar 83.3% yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dan 16.7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti oleh penulis. Untuk koefisien korelasi didapatkan nilai sebesar 0.913 yang berarti bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dinyatakan sangat kuat. Kesimpulannya adalah ada pengaruh yang sangat kuat dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh PD Sagitarius Inti terhadap kepuasan konsumennya. Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu agar perusahaan secara rutin mengadakan pelatihan atau *workshop* tentang pentingnya pelayanan prima atau service excellent kepada semua karyawan di PD Sagitarius Inti, sehingga dapat meningkatkan soft skill dan keterampilan karyawan terutama yang bekerja melayani konsumen secara langsung.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

## Abstract

*The aim of this study is to find out whether there is an influence of service quality or not on consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic in PD Sagitarius Inti. The method used in this study was a descriptive quantitative method by collecting data from the results of questionnaires filled out by 35 respondents that are the consumers of PD Sagitarius Inti, literature review, and researcher's insight. Based on the data processing obtained, the coefficient of determination was 83.3%, indicating that consumer satisfaction can be influenced by service quality, while the remaining 16.7% was influenced by other variables not studied by the researcher. For the correlation coefficient, it was obtained a value of 0.913, which means that the relationship between service quality and consumer satisfaction is stated as very strong. The conclusion is that there is a very strong influence of the service quality provided by PD Sagitarius Inti to the consumers. The suggestion that can be provided in this study is that the company should routinely conduct training or workshop regarding the importance of excellent service for all employees in PD Sagitarius Inti so that it can improve the soft skills of the employees, mainly those who work in serving consumers directly.*

**Keywords: Quality Service, Consumer Satisfaction**

## PENDAHULUAN

## **Latar belakang**

Bersamaan dengan pesatnya pertumbuhan dunia bisnis saat ini, sehingga menghadirkan beragam perubahan dalam dunia bisnis. Perubahan tersebut tak lepas dari cara berpikir masyarakat yang sedikit banyak dipengaruhi oleh perkembangan era globalisasi. Oleh karena itu, pelaku ekonomi harus menjalankan usahanya dengan perhitungan dan perencanaan yang matang, karena semakin banyak pelaku ekonomi berarti semakin banyak pesaing dan tingkat persaingan.

Ketepatan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi pasar sasaran mampu menghasilkan keberhasilan pelaku ekonomi dalam komersialisasi produknya. Situasi ekonomi negara Indonesia selama pandemi Covid-19 saat ini telah menghadirkan tantangan terbaru bagi perusahaan dalam komersialisasi produk mereka.

Bagi setiap perusahaan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat menentukan kepuasan konsumen. Dasar dari keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya adalah dengan memahami proses bisnis dan kebutuhan konsumen, dari hal tersebut perusahaan dapat mengembangkan strategi yang mampu menarik minat target pasar (Eswika & Istiatin, 2015: 1). Suatu perusahaan yang memiliki loyalitas konsumen yang tinggi umumnya mampu bertahan dalam waktu yang lama dalam industri bisnis ini dibandingkan dengan perusahaan dengan tingkat loyalitas yang rendah. Hal ini menjadi tantangan terbaru bagi PD Sagitarius Inti untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen tetap setia dan tidak berpaling ke perusahaan lain.

PD Sagitarius Inti merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi perdagangan perlengkapan bayi dan kosmetik. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, karyawan dituntut untuk memiliki keahlian dalam berkomunikasi dan menawarkan barang. Terutama bagi sales dan bagian pengiriman barang yang selalu berhadapan langsung dengan konsumen di lapangan. Sales mendapatkan orderan kemudian langsung diteruskan ke bagian admin dan akan diproses hingga menjadi faktur atau nota pesanan. Selain itu sales dituntut untuk dapat mampu menawarkan barang secara efektif dan efisien, menangani keluhan konsumen, mengatur jadwal kunjungan ke toko dan jadwal pengiriman. Sales merupakan ujung tombak sebuah perusahaan karena dituntut untuk mendapatkan order sebanyak-banyaknya dan mampu menjaga kepercayaan serta kepuasan konsumen.

Dalam menghadapi persaingan dalam industri ini, perusahaan tentu mempunyai strategi pemasaran yang berbeda-beda, maka hal ini sangat ditentukan oleh strategi yang digunakan oleh setiap perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen serta mampu menyajikan pelayan yang maksimal. Tentu hal ini akan berdampak baik dan berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

Seperti penelitian yang dilakukan sebelumnya menunjukkan adanya ikatan yang baik dan kuat diantara kedua hal tersebut yaitu :

No	Nama & Judul Penelitian	Relevansi Penelitian	
		Persamaan	Perbedaan
1	Imron;2019 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV Meubele Berkah Tangerang.	Dalam Penelitian ini memiliki persamaan yaitu keduanya menggunakan metode kuantitatif sebagai metode penelitiannya.	Perbedaan dari penelitian ini terletak pada variable X.
2	A.Mulyapradanan (2013) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal.	Penelitian ini memiliki kesaamaan yang terletak pada metode penelitian, dimana keduanya menggunakan metode kuesioner.	Pembedaan dari penelitian ini terletak pada metode uji analisis data yang digunakan.
3	Istiati, E (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Daeler PT. Ramayana Motor Sukoharjo.	Kesamaan dari penelitian ini yaitu terletak pada variable X dan variable Y.	Dalam penelitian ini memiliki perbedaan yang terletak pada uji analisis data yang digunakan.

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakkan sebelumnya, menjadikan penulis termotivasi untuk melakukan riset tentang “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PD Sagitarius Inti** “.

### **Pokok permasalahan**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, penulis akan mengutip pokok permasalahan tentang “Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PD Sagitarius Inti?”

### **Rumusan Masalah**

Adapun untuk rumusan masalah tersebut yaitu:

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan di PD Sagitarius Inti?
2. Bagaimana gambaran kepuasan konsumen di PD Sagitarius Inti?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan konsumen di PD Sagitarius Inti?
4. Upaya apa yang perlu dilakukan dalam menanggulangi permasalahan yang terjadi di PD Sagitarius Inti?
5. Bagaimana saran yang diberikan dalam menanggapi permasalahan di PD Sagitarius Inti tersebut?

### **Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari kegiatan penelitian yaitu:

1. Mengetahui gambaran kualitas pelayanan di PD Sagitarius Inti
2. Mengetahui gambaran mengenai kepuasan konsumen di PD Sagitarius Inti
3. Mengetahui besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PD Sagitarius Inti
4. Mengetahui upaya apa sajakah yang dapat dilakukan guna menanggulangi permasalahan di PD Sagitarius Inti
5. Untuk memberikan saran pada permasalahan yang terjadi di PD Sagitarius Inti

### **Manfaat penelitian**

Hasil penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama bagi khalayak yang membutuhkan. Berikut manfaat secara teoritis dan praktis yang dapat diambil dari penelitian ini.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian yang dilakukan penulis, akan menambah wawasan dan persepsi khususnya mengenai dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan mampu menjadikan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini akan penulis jadikan sebagai suatu pengalaman hidup yang sangat berharga serta upaya agar meningkatkan pengembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan tentang kualitas pelayanan yang baik, serta memahami kebutuhan konsumen dalam suatu perusahaan dagang

Bagi PD Sagitarius Inti, semoga penelitian ini mampu menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui kinerja pegawai serta perusahaan juga diharapkan dapat lebih memahami kebutuhan konsumen sehingga perusahaan memiliki konsumen yang berloyalitas tinggi.

## **KAJIAN ILMIAH**

### **Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan ukuran sejauh mana atau seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan konsumen.. (Wijaya, 2011:152).

Menurut (Tjiptono, 2014:268) Kualitas pelayanan merupakan sikap yang ditujukan untuk memberikan apa yang dibutuhkan konsumen dan ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan permintaan konsumen. Dimensi yang digunakan dalam kualitas pelayan adalah sebagai berikut:

1. Bukti Fisik
2. Keandalan
3. Daya tanggap
4. Keamanan
5. Empati

### **Kepuasan konsumen**

Kepuasan konsumen (Supranto:2011) adalah perbedaan antara kinerja dan harapan. Jadi, kinerja suatu produk atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan.

Kepuasan konsumen (Tjiptono, 2014:353) merupakan sebuah keadaan yang muncul dikarenakan adanya sensasi dalam menilai sebuah pengalaman produk atau pun jasa. Adapun dimensi konsumen menurut (Tjiptono, 2014) yaitu:

1. Kesuaian harapan
2. Melakukan pemakaian ulang
3. Kemauan dalam merekomendasikan produk

## **METODE**

### **Metode penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang didasarkan pada filosofi positivisme untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Pada umumnya sampel diambil secara acak menggunakan alat penelitian, baik bersifat kuantitatif atau statistik untuk mengevaluasi hipotesis yang dituliskan . (Sugiyono, 2013:13).

### **Variabel operasional**

Sugiyono (2013) berpendapat bahwa variabel operasional adalah atribut suatu objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya, yang ditentukan untuk ditarik kesimpulannya. Variabel tersebut berupa variabel bebas (pelayanan) dan variabel terikat (kepuasan pelanggan).

### **Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi Penelitian**

Populasi merupakan kelompok yang dibentuk oleh objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan peneliti untuk ditarik kesimpulan darinya (Sugiyono,2018:130). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PD Sagitarius Inti yang pernah melakukan pembelian di PD Sagitarius Inti.

#### **2. Sampel Penelitian**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan ciri-ciri dari populasi (Sugiyono,2018:131). Pada penelitian kali ini penulis mengambil sampel sebanyak 35 konsumen dari keseluruhan populasi di PD Sagitarius Inti. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket berupa link google form melalui WhatsApp yang nantinya akan diisi oleh 35 konsumen di PD Sagitarius Inti.

### **Pengumpulan Data**

Kuesioner merupakan alat ukur untuk mengumpulkan informasi guna mempelajari sikap, perilaku, keyakinan dari responden. Seiring berjalannya waktu, kini sudah banyak platform untuk membuat kuesioner online dengan mudah, salah satunya yaitu melalui google form. Dengan aplikasi google form, responden dapat memberikan tanggapan atau mengisi pertanyaan dengan segera dimanapun yang terhubung dengan internet melalui alamat link form yang dibagikan kepada responden, berkaitan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di PD Sagitarius Inti.

Untuk membuat Kuesioner tersebut penulis menggunakan materi dari landasan teori kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

#### 1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menguraikan dalam konteks analisis penelitian dan untuk menunjukkan penilaian atau pandangan responden terhadap setiap pertanyaan yang disajikan dalam kuesioner.

#### 2. Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut (Imron, 2019), Uji regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, terlebih dalam menguji pola hubungan yang modelnya belum diketahui sepenuhnya, dengan kata lain ialah untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada suatu fenomena yang kompleks.

Persamaan model regresi, Sugiyono (2014:270) “Hubungan fungsional diantara variabel terikat dan bebas merupakan dasar dalam model regresi linier sederhana”. Berikut adalah persamaan dari model regresi linier sederhana adalah:

$$\hat{Y} = a + bX$$

#### 3. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis ini bertujuan untuk dapat melihat derajat hubungan atau kedekatan yang terjadi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi

Tujuan dari analisis ini adalah untuk menghitung sejauh mana variabel bebas dapat berkontribusi atau mempengaruhi variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

#### 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji T (t-test) yang disebut juga sebagai uji parsial yang artinya menunjukkan besar signifikansi peran secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan mengasumsikan bahwa variabel bebas lain dianggap konstan.

Syarat Uji T adalah sebagai berikut:

1. Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_a \beta \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan
2. Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_o \beta = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan

## HASIL ANALISIS

### Profil responden

Dalam penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 35 responden dengan latar belakang yang berbeda, seperti yang terlihat pada tabel 1 dibawah ini.

**Tabel 1. Profil Responden**

<b>Profil Responden</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Usia		
25 - 40 Tahun	13	37,1%
<b>&gt; 40 Tahun</b>	<b>22</b>	<b>62,9%</b>
Jenis Kelamin		
Pria	15	42,9%
<b>Wanita</b>	<b>20</b>	<b>57,1%</b>
Pendidikan		
<b>SMA</b>	<b>20</b>	<b>57,1%</b>
Diploma	2	5,7%
Sarjana	13	37,1%
Pekerjaan		
Pegawai Swasta	7	20,0%
<b>Wiraswasta</b>	<b>27</b>	<b>77,1%</b>
Lain-lain	1	2,9%

*Sumber: Data diolah oleh penulis (2021)*

Secara umum responden dalam penelitian ini memiliki usia > 40 tahun (62,9%), wanita (57,1%), berpendidikan SMA (57,1%), dan bekerja sebagai wiraswasta (77,1%).

#### 1. Analisis deskriptif

Dalam bagian analisis ini, peneliti memaparkan hasil penelitian terkait analisis dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Untuk dapat mengetahui tanggapan partisipan terhadap variabel-variabel yang diteliti, maka data yang terkumpul selanjutnya diberi kode (*code*) dan diolah menggunakan analisis deskriptif, dilanjutkan dengan analisis regresi linier sederhana terhadap 35 responden survei.

Analisis deskriptif difokuskan pada distribusi frekuensi dan persentase guna melihat bagaimana tanggapan atau evaluasi responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Sedangkan evaluasi terhadap pertanyaan dan variabel yg diteliti dilihat dari nilai persentase dari skor responden versus skor acuan yang diperoleh dengan menggunakan kriteria seperti yang terlihat pada tabel 2 dibawah ini.:

**Tabel 2. Batasan Nilai dan Kriteria**

No	Batasan Nilai (dalam %)	Kriteria
1	20,00 - 36,00	Tidak Baik

2	36,01 - 52,00	Kurang Baik
3	52,01 - 68,00	Cukup
4	68,01 - 84,00	Baik
5	84,01 - 100,00	Sangat Baik

Sumber : (Wahyuni, 2019)

Hasil analisis deskriptif kedua variabel dilihat pada tabel 3 sebagai berikut.

**Tabel 3.** Gambaran Variabel Kualitas Pelayan (X)

No	Pernyataan	Frekuensi & Persentase Jawaban					Interpretasi		
		STS	TS	CS	S	SS	% Skor	Makna	
1	Pada masa pandemic covid-19 pegawai PD Sagitarius Inti telah menjalankan protokol kesehatan dengan baik (menggunakan masker, hand sanitizer)	F	0	0	0	7	28	96,0%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	0,0	20,0	80,0		
2	Pada saat kunjungan ke kantor , pegawai PD Sagitarius Inti menggunakan pakaian rapi dan sopan	F	0	0	1	8	26	94,3%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	2,9	22,9	74,3		
3	Pada masa pandemi covid 19, pegawai PD Sagitarius memberikan informasi dengan baik dan menunjukkan sikap sopan saat berkunjung	F	0	0	0	7	28	96,0%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	0,0	20,0	80,0		
4	Pegawai PD Sagitarius Inti melayani pelanggan secara tepat waktu	F	0	0	0	7	28	96,0%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	0,0	20,0	80,0		
5	Pegawai PD Sagitarius Inti dapat menjawab pertanyaan seputar produk dengan baik	F	0	0	0	6	29	96,6%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	0,0	17,1	82,9		
6	Pegawai PD Sagitarius Inti mencatat pesanan pelanggan dengan teliti dan akurat	F	0	0	1	6	28	95,4%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	2,9	17,1	80,0		
7	Pegawai PD Sagitarius Inti selalu melakukan pemberitahuan apabila terjadi perubahan harga atau konfirmasi waktu pelayanan atau pengiriman pesanan pelanggan	F	0	0	2	5	28	94,9%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	5,7	14,3	80,0		

8	PD Sagitarius Inti selalu mengirim barang sesuai dengan pesanan	F	0	0	0	7	28	96,0%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	0,0	20,0	80,0		
9	Pegawai PD Sagitarius Inti sigap dan siap dalam melayani pelanggan	F	0	0	1	6	28	95,4%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	2,9	17,1	80,0		
10	PD Sagitarius Inti sangat mengutamakan kepentingan pelanggan	F	0	0	1	7	27	94,9%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	2,9	20,0	77,1		
Rata-rata Variabel								95,5%	Sangat Baik

Dapat dilihat bahwa semua pernyataan terkait kualitas pelayanan di PD Sagitarius Inti dijawab Sangat Setuju oleh mayoritas responden, dimana lebih dari 75% responden menjawab Sangat Setuju. Demikian pula nilai skor akhir setiap pernyataan lebih besar dari 84% yang menyatakan bahwa tanggapan responden terhadap seluruh pernyataan dinyatakan Sangat Baik. Secara keseluruhan, diperoleh skor rata-rata untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 95,5%. Nilai tersebut berada pada interval 84,01%-100% yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan PD Sagitarius dinyatakan Sangat Baik.

**Tabel 4.** Gambaran Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Frekuensi & Persentase Jawaban					Interpretasi		
		STS	TS	CS	S	SS	% Skor	Makna	
11	Saya merasa puas karena produk yang dijual PD Sagitarius Inti asli/original	F	0	0	0	6	29	96,6%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	0,0	17,1	82,9		
12	Dalam kondisi pandemi Covid-19 saya merasa puas dengan layanan PD Sagitarius Inti karena telah menjalankan protokol kesehatan	F	0	0	0	6	29	96,6%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	0,0	17,1	82,9		
13	Saya berminat untuk membeli kembali karena produk yang dijual PD Sagitarius Inti Asli / Original	F	0	0	1	4	30	96,6%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	2,9	11,4	85,7		
14	Saya berminat untuk membeli kembali karena pegawai PD Sagitarius Inti selalu ramah saat melayani pelanggan	F	0	0	1	5	29	96,0%	Sangat Baik
		%	0,0	0,0	2,9	14,3	82,9		
15		F	0	0	1	5	29	96,0%	

Saya akan merekomendasikan produk yang di jual PD Sagitarius karena produknya original,pelayanan baik dan fasilitas yang digunakan memadai	%	0,0	0,0	2,9	14,3	82,9	Sangat Baik
Rata-rata Variabel						96,3%	Sangat Baik

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa semua pernyataan terkait Kepuasan Konsumen di PD Sagitarius Inti dijawab Sangat Setuju oleh mayoritas responden, dimana lebih dari 75% responden menjawab Sangat Setuju. Demikian pula nilai skor akhir setiap pernyataan lebih besar dari 84% yang menyatakan bahwa tanggapan responden terhadap seluruh pernyataan dinyatakan Sangat Baik. Secara keseluruhan, diperoleh skor rata-rata untuk variabel Kepuasan Konsumen sebesar 95,5%. Nilai tersebut berada pada interval 84,01%-100% yang menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen PD Sagitarius dinyatakan Sangat Tinggi atau Sangat Baik.

## 2. Analisis Regresi

Analisis regresi linier sederhana yang digunakan pada penelitian kali ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan terlebih dahulu mentransformasikan data skala ordinal ke skala interval menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI). Analisis regresi linier sederhana ini diolah menggunakan software IBM SPSS 25 dengan hasil sebagai berikut:

Persamaan regresi linier sederhana:

$$\hat{Y} = a+bX$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X = Kualitas Pelayanan

b = Koefisien regresi

**Tabel 5.** Koefisien Regresi Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.860	1.035		1.798	.081
	X. Kualitas Pelayanan	.459	.036	.913	12.831	.000

a. Dependent Variable: Y. Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan data dengan software IBM SPSS 25

Dari hasil analisis SPSS pada tabel 5 didapatkan persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 1,860 + 0,459 X$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta 1,860 berarti ketika kualitas pelayanan (variabel bebas) memiliki nilai 0 (nol) maka kepuasan konsumen diprediksi bernilai 1,860.
- Nilai koefisien regresi 0,459 berarti kepuasan pelanggan diharapkan meningkat sebesar 0,459 jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 atau lebih baik.

Dari persamaan tersebut dapat diprediksi bahwa jika terjadi peningkatan pada kualitas pelayanan, maka secara otomatis tingkat kepuasan pelanggan pun akan ikut meningkat.

### 3. Analisis Koefisien Korelasi (R)

Berikut ini adalah nilai koefisien korelasi yang diperoleh:

**Tabel 6.** Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 <sup>a</sup>	.833	.828	1.31441

a. Predictors: (Constant), X. Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Y. Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil pengolahan data dengan software IBM SPSS 25

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai korelasi (R) antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen yang dihasilkan adalah sebesar 0,913. Nilai tersebut berada pada kisaran 0,700-0,999 yang termasuk kategori korelasi sangat kuat. Jadi dapat disimpulkan bahwa antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan memiliki ikatan yang sangat kuat.

### 4. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Penggunaan analisis ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi dari variabel X dalam mempengaruhi variabel Y. Berdasarkan tabel keluaran SPSS pada tabel 6,  $R^2$  diketahui senilai 0.833 atau 83,3%. Artinya bahwa 83,3% kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 16,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

## 5. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Berikut adalah merupakan hasil uji hipotesis yang diperoleh:

**Tabel 7.** Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.860	1.035		1.798	.081
	X. Kualitas Pelayanan	.459	.036	.913	12.831	.000

a. Dependent Variable: Y. Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil pengolahan data dengan software IBM SPSS 25

### Hipotesis

$H_0: \beta = 0$ , Kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

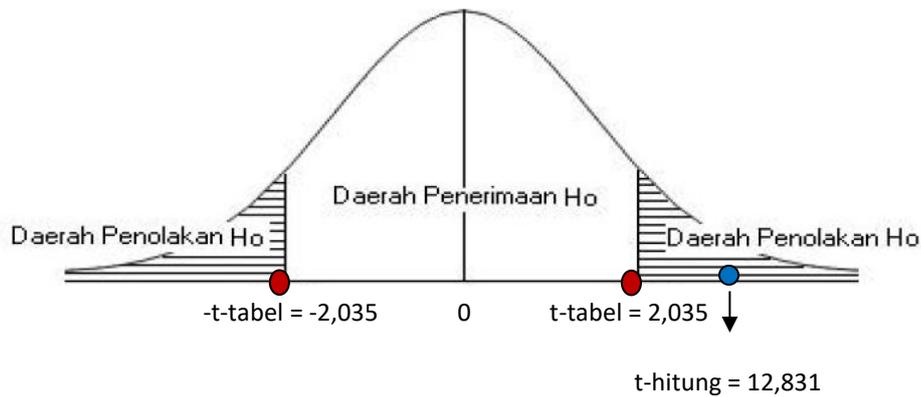
$H_1: \beta \neq 0$ , Kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

Dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5%,  $df = 33$ , sehingga  $t_{tabel}$  tabel untuk pengujian dua bagian adalah -2,035 dan 2,035.

Kriteria :  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

$H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$

Sesuai dengan tabel 7 yaitu nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel *Quality of Service* dalam kepuasan konsumen adalah 12,831 dan p-value (Sig.) adalah 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $12,831 > 2,035$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara signifikan. Jika digambarkan, nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  untuk menguji hipotesis terlihat seperti ini:



**Gambar 1.** Kurva Uji Hipotesis

Sesuai dengan curva hasil uji hipotesis sebelumnya kita dapat mengetahui bahwa jika nilai  $t$  hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai  $t$  tabel, maka menjadikan  $H_1$  dapat diterima, maka dengan menunjukkan tingkat kesalahan 5% diketahui jika Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan pada memiliki Kepuasan Konsumen, sehingga hipotesis riset diterima.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berikut merupakan kesimpulan penelitian berdasarkan analisis dan pembahasan yang sudah diuraikan :

1. Secara keseluruhan, diperoleh skor rata-rata persentase untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 95,5%. Interval nilai tersebut ialah 84,01%-100% yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan PD Sagitarius dinyatakan Sangat Baik.
2. Skor rata-rata persentase untuk variabel Kepuasan Konsumen sebesar 96,3%. Nilai tersebut berada pada interval 84,01%-100% yang menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen terhadap PD Sagitarius dinyatakan Sangat Baik.
3. Kualitas layanan telah terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung (12,831) >  $t$  tabel (2,035). Besarnya pengaruh kualitas pelayanan adalah sebesar 83,3%. Juga terdapat kontribusi pengaruh variabel lain yang tidak diteliti sebesar 16,7%.
4. Permasalahan yang muncul adalah kurangnya sosialisasi kepada konsumen mengenai perubahan harga dan perubahan jadwal pengiriman. Ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 yang mana berdampak terhadap kegiatan kunjungan secara tatap muka sehingga

waktu kunjungan menjadi sangat terbatas dan mayoritas komunikasi dilakukan melalui pesan singkat WhatsApp. Kurangnya ketelitian dalam mencatat pesanan, menyiapkan barang, dan pada saat proses input faktur barang.

5. Upaya menanggulangi masalah adalah dengan meningkatkan aspek-aspek sosialisasi, memotivasi karyawan agar lebih aktif bersosialisasi dengan konsumen, memotivasi karyawan untuk lebih meningkatkan fokus dan ketelitian dalam bekerja, serta mengadakan pertemuan secara rutin dengan karyawan agar perusahaan yang bertujuan untuk lebih mengenali serta memahami situasi kondisi yang ada di lapangan.

## **Saran**

1. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menyelaraskan strategi pemasarannya dengan kualitas layanan. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan sesuai dengan spesifikasi perusahaan. Berfokus pada pelayanan yang diberikan dapat memastikan respon konsumen yang positif dan empati bagi perusahaan dalam menciptakan konsumen yang dermawan/royal.
2. Secara berkala perusahaan dapat mengadakan pelatihan atau *workshop* tentang pelayanan prima atau service excellent kepada semua karyawan di PD Sagitarius inti, sehingga dapat meningkatkan soft skill dan keterampilan karyawan terutama yang bekerja melayani konsumen secara langsung.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Imron, I. (2019). *Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang*. 5(1), 19–28.
- Istiatin, E. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma Universitas*
- Mulyapradanan, A. A. D. A. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.115>
- Riri Oktarin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*, 6(2), 10.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Supranto, J, (2011), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan Keempat, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy, (2014), *Pemasaran Jasa : Prinsip ,Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi.
- Wahyuni, R. (2019). Kemandirian Belajar Mahasiswa Melalui Blended. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika AL-QALASADI*, 3(2), 76–81.
- Wijaya, T.2011, *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi 1. PT Indeks, Jakarta