

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
TOKO AKSESORIS SALSA DI TAMAN KOTA ABHIRUPA KRIAN SIDOARJO**

JURNAL



Oleh :

LAYINDRA ARIF NURDIANSA

NIM. 2015120227

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI MALANG
2019**

RINGKASAN

Didunia ini ada banyak macam pekerjaan yang digeluti oleh setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari,diantaranya adalah berwirausaha .Wirausaha merupakan sebuah proses yang sangat penuh perhitungan dan harus dengan pertimbangan yang maksimal agar mendapatkan hasil yang baik yang bisa mendongkrak laju perputaran uang dalam suatu daerah . Banyak jenis wirausaha yang berkembang di Indonesia khususnya di daerah Sidoarjo Provinsi Jawa Timur tepatnya di Taman Kota Abhirupa Krian yang berkembang pesat. Salah satunya adalah usaha tersebut bergerak di bidang penjualan aksesoris yaitu : Aksesoris Salsa. Usaha Aksesoris Salsa dapat memenuhi kebutuhan untuk mengikuti gaya hidup masa kini, pengguna aksesoris kebanyakan adalah kaum hawa maupun kaum. Jenis aksesoris yang tersedia antara lain perhiasan (anting atau giwang,kalung,gelang,bros,dan sebagainya),sabuk, sarung tangan,kaos kaki,sapu tangan,tas,topi,arloji,pin,dan lain sebagainya.

Perusahaan berpotensi untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan cara memenuhi dan meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen. Mutu layanan diawali atas kebutuhan pembeli dan berakhir dengan kesenangan. Akhir penelitian yaitu buat memahami mungkinkah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mempengaruhi kepuasan konsumen pada toko aksesoris Salsa. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode pemahaman yang dipakai yaitu analisis regresi berganda. Kesimpulan yang didapat dari penelitian yakni Daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Aksesoris Salsa. Sedangkan bukti fisik dan kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko aksesoris Salsa.

Kata Kunci : Bukti Fisik,Kehandalan,Daya Tanggap,Jaminan,Empati dan Kepuasan Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beriringan dengan pesatnya laju perkembangan ekonomi yang saat ini terjadi di Indonesia. Banyak orang yang memanfaatkan pertumbuhan ekonomi saat ini menjadi peluang usaha dengan menjadi wirausaha. Berwirausaha dapat merupakan upaya yang dilakukan masyarakat Indonesia untuk memperbaiki perekonomian setiap individual maupun kelompok tertentu bahkan dapat membantu untuk memperbaiki sistem perekonomian negara Indonesia menjadi lebih berkembang dan maju yang memberikan dampak positif dalam mengurangi tingkat pengangguran.

Profesi terhormat dan bijak seperti halnya berwirausaha harus dilandaskan dengan ide dagang yang baik dan matang. Masyarakat mempercayai bahwa wirausaha merupakan sebuah jalan kehidupan bijak yang dapat meningkatkan kualitas hidup individu di suatu negara. Di sisi lain kesejahteraan masyarakat di suatu negara didasarkan pada laju perekonomian yang baik contoh konkrit nyata dalam kehidupan sehari – hari adalah berwirausaha dapat mempercepat laju perputaran mata uang. Maka sebab itu wirausaha merupakan suatu pekerjaan yang dalam proses penciptaanya,pertumbuhan dan perkembangannya harus dikelola dengan cara yang sistematis (Frinces,2010).

(Pangil dkk,2005) memberitahukan jikalau mempunyai 4 dasar kenapa para pewirausaha (*Entrepreneurs*) memiliki peran dalam masyarakat : 1) untuk memberdayakan perihal – perihal dalam suatu produksi bagian bagian yang vital (*Producing Effective Tasks*); 2) menganalisa macam - macam peluang di dalam lingkungan dan menambah kegiatan yang mampu memberi hasil pada berbagai individu (*Beneficial To Everyone*); 3) buat menyeleksi metode yang terbaik untuk memaksimalkan berbagai opsi produksi untuk menekan pemborosan di kegiatan wirausahaa

(*Minimize Wastage In Entrepreneurial Activities*); 4) dengan maksud memaksimalkan generasi selanjutnya (*Benefit Of The Future Generation*). Vital Nya berprofesi sebagai pewirausaha bagi masyarakat tidak hanya sebagai ‘bahan’ untuk memperbaiki dan merubah sesuatu di dalam taraf hidup secara individual maupun berkelompok tetapi juga dapat berperan dalam mewujudkan kualitas diri masyarakat dan bangsa.

Banyak jenis wirausaha yang berkembang di Indonesia khususnya di daerah Sidoarjo Provinsi Jawa Timur tepatnya di Taman Kota Abirawa Krian yang berkembang pesat. Salah satunya adalah usaha tersebut bergerak di bidang penjualan aksesoris yaitu : Aksesoris Salsa. Usaha Aksesoris Salsa dapat memenuhi kebutuhan untuk mengikuti gaya hidup masa kini, pengguna aksesoris kebanyakan adalah kaum hawa maupun kaum.Perhiasan (anting atau giwang,kalung,gelang,bros,dan sebagainya),sabuk,sarung tangan,kaos kaki,sapu tangan,tas,topi,arloji,kacamata,pin,dan lain sebagainya merupakan macam dagangan yang dijajakan.

Saat ini terjadi persaingan bisnis semakin meningkat, termasuk penjual aksesoris yang seiring dengan perkembangan tren dan gaya hidup (*fashion*) yang juga semakin pesat. Kesempatan peluang dalam pemasaran produk dibutuhkan variasi dalam bisnis yang konsumen inginkan,hal tersebut dibutuhkan sinergi dari berbagai pihak baik dari pemilik usaha ataupun para pegawainya. Sebuah bisnis atau usaha harus mempunyai potensi untuk meningkatkan pangsa pasar dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen.

Bisnis atau berwirausaha tak luput dengan adanya persaingan antar pengusaha, diantaranya adalah persaingan untuk itu sangat penting bagi pengusaha untuk mengutamakan kualitas pelayanan demi menciptakan pangsa pasar yang sesuai target. Kualitas pelayanan pada konsumen harus mampu melayani atau memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan sangat baik

agar dapat bersaing dengan pengusaha atau pebisnis lain yang sejenis. Kualitas pelayanan menjadi tolak ukur untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam berwirausaha (Sirhan dkk, 2016).

Perusahaan memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan cara memenuhi dan meningkatkan kualitas pelayanan pada konsumen. Kebutuhan pelanggan merupakan awal dari kualitas pelayanan serta diakhiri dengan kepuasan (Tjiptono, 2008). Untuk mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada bahkan untuk terus meningkatkan jumlah pasar maka pihak manajemen perusahaan khususnya pimpinan harus meningkatkan kualitas pelayanan apalagi banyak pesaing yang berada di lingkungan usaha. Pelayanan yang diberikan dapat dikatakan sebuah perjanjian yang tersirat antara perusahaan dengan konsumen untuk saling memberikan nilai manfaat dengan menukar suatu nilai dengan nilai yang lain agar mendapat kepuasan konsumen bagi pengguna. Kotler (2012), Timbulnya situasi hati seseorang senang atau kecewa dikarenakan perbandingan kinerja yang didapatkan dari produk atau jasa yang diangan – angankan itulah arti kepuasan. Tjiptono (2010) menyatakan bahwa untuk melakukan evaluasi, konsumen menggunakan harapannya sebagai acuan.

Goeth dan Davis yang disampaikan dalam Tjoptono (2008) jikalau kualitas merupakan sebagai kaitan yang berhubungan pada produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan untuk memenuhi atau melebihi harapan. Upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan dengan memperhatikan beberapa tolak ukur kualitas pelayanan tersebut (Parasraman dalam Lupyoadi (2006) seperti : 1) *Tangible* yang merupakan suatu kemampuan perusahaan menunjukkan adanya dia ke pihak luar lewat media yang nampak sebagai tanda layanan yang diberikan ; 2) *Reliability* yaitu kesanggupan perusahaan memberi *service* seperti halnya diwartakan dengan tepat; 3) *Responsiveness*, merupakan kemauan perusahaan dalam memberi *service* sigap serta pas kepada pelanggan dengan tatacara pemberian info akurat; 4) *Assurances*, yakni ilmu serta pengalaman pekerja guna meningkatkan kepercayaan konsumen; 5) *Empathy*,

adalah kesanggupan terhadap apa yang di mau konsumen dan menghormati konsumen. Untuk menjaga kepuasan konsumen usaha Aksesoris salsa harus memperhatikan minimal aspek yang disampaikan oleh para ahli di atas.

Beberapa aspek yang harus diperhatikan berdasarkan informasi yang disampaikan jika diterapkan di lokasi yang berbeda belum tentu memberikan informasi yang sama untuk itu peneliti mencoba menilai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Aksesoris Salsa Di Taman Kota Abhirupa Krian Sidoarjo.

1.2. Rumusan masalah

1. Apakah bukti fisik mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa?
2. Apakah kehandalan mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa?
3. Apakah daya tanggap mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa?
4. Apakah jaminan mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa?
5. Apakah empati mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa?
6. Faktor mana yang paling mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa ?

1.3. Tujuan penelitian

Dari penjabaran uraian diatas, dapat disimpulkan maksud penelitian ini merupakan:

1. Untuk mengetahui apakah bukti fisik mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa.
2. Untuk mengetahui apakah kehandalan mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa.
3. Untuk mengetahui apakah daya tanggap mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa.

4. Untuk mengetahui apakah jaminan mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa.
5. Untuk mengetahui apakah empati mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa.
6. Untuk mengetahui faktor mana yang paling mempengaruhi kepuasan pembeli pada toko aksesoris salsa .

1.4. Manfaat penelitian

1. Bagi pihak peneliti

Melatih mahasiswa dalam menerapkan pembelajaran selama masa perkuliahan dan mengembangkan hasil-hasil penelitian dalam masyarakat.

2. Bagi pemilik usaha toko aksesoris

Memberi gambaran pada pemilik usaha agar dapat berimajinasi bagaimana usahanya kedepan.

3. Bagi peneliti lain

Untuk bahan pembandingan bagi peneliti lainnya yang hendak melaksanakan penelitian yang berkaitan pada judul skripsi ini.

Daftar Pustaka

- Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Engel, J. F., G. Blackwell, dan P. W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen* . Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Service Managemen*. Penerbit : Andi. Yogyakarta.
- Frinces, Z Heflin. 2010. Pentingnya profesi wirausaha di indonesia. Program Magister Manajemen STIE Mitra Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Volume 7 Nomor 1, April 2010. Yogyakarta.
- Honggowidjaja, S.P..2003. Menyadari Potensi Aksesoris dalam Upaya Penghadiran Sebuah Tempat. Jurusan Desain Interior, Fakultas Seni dan Desain – Universitas Kristen Petra. <http://puslit.petra.ac.id/journals/interior/>. Surabaya.

- John C. Mowen, Michael Minor. 2002, *Perilaku Konsumen* (Jilid 1), Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta. hal 312.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Penerbit : Salemba Empat. Jakarta.
- Pangil, Faizuniah, Yusof, Ab. Aziz., and Perumal, Selvan. 2005 *Principles of Entrepreneurship*. Prentice Hall, Pearson, Selangor, Malaysia.
- Sheth, Jagdish N and Mittal, Banwari. 2004. *Customer Behaviour: Managerial Perspective*. Second Edition. Singapore: Thomson.
- Sirhan, Fikri, Wiyani, Wahyu dan Suwandar, Agung. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang).
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit: Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Penerbit: Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. 2001. *Strategic Management in Action, Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit* Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelan-Hunger. Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.