

Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan

Ni Made Diary Priskayanti

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: priskayanti03@gmail.com

ABSTRACT

Kikan Boutique Tabanan is one of the businesses engaged in the trading of fashion products whose business cannot be separated from competitive competition. This study aims to determine the influence of service quality and customer value on customer satisfaction at Kikan Boutique Tabanan. It was conducted at Kikan Boutique Tabanan and the research population was 2,200 customers with a sample of 100 people determined using the slovin formula. The determination of the sample uses nonprobability sampling, namely accidental sampling. Data was collected through observation, interviews, questionnaires, and literature. To test the hypothesis is carried out by classical assumption test, multiple liner analysis, determination analysis, t-test, f-test. The results of the study show that service quality has a positive and partially significant influence on customer satisfaction at Kikan Boutique Tabanan, customer value has a positive and significant influence partially on customer satisfaction at Kikan Boutique Tabanan. Service quality and customer value have a significant simultaneous influence on customer satisfaction at Kikan Boutique Tabanan.

Keywords: *Service Quality; Customer Value; Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Kikan Boutique Tabanan merupakan salah satu usaha bergerak di bidang perdagangan produk fesyen yang usahanya tidak lepas dari persaingan yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan. Dilakukan di Kikan Boutique Tabanan dan populasi penelitian sejumlah 2.200 pelanggan dengan sampel sebanyak 100 orang yang ditentukan menggunakan rumus slovin. Penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, kepustakaan. Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan uji asumsi klasik, analisis liner berganda, analisis determinasi, uji t, uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan, Nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan. Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan.

Kata kunci: *Kualitas Layanan; Nilai Pelanggan; Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Dalam suatu bisnis dewasa ini terdapat persaingan yang membuat perusahaan menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bertahan dalam bisnis tersebut (Husain et al., 2023).

Kepuasan yang mengacu pada respon pengguna terhadap keluaran yang diukur berdasarkan pembelian berulang, kunjungan kembali dan survei pengguna melalui frekuensi penggunaan layanan yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan (Alang, 2020). (Naibaho et al., 2022) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang telah diterima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan. Apabila pelayanan yang didapatkan atau dirasakan sesuai dengan yang diinginkan, maka kualitas pelayanan di asumsikan baik dan memuaskan. Nilai pelanggan yaitu tujuan akhir dari kegiatan perusahaan jasa ditentukan oleh kegiatan dan manfaat yang diterima pelanggan (Sembiring & Sinaga, 2022).

Kikan Boutique merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang perdagangan sudah berdiri sejak 2016. Kikan Boutique berlokasi di Jalan Pulau Nias No 37, Desa Dauh Peken, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan. Butik ini yang berdiri ini menawarkan berbagai perlengkapan *fashion* mulai dari pakaian *casual* dan adat anak-anak hingga dewasa serta menjual jenis sandal kulit, mulai dari model klasik hingga modern. Kikan Boutique juga memiliki produk sandal sendiri, produk sandal Kikan Boutique tidak hanya menyediakan sandal untuk wanita saja, sandal ini juga menyediakan model sandal untuk pria. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Kikan Boutique diketahui adanya fluktuasi persentase penjualan dan ditinjau juga hasil wawancara peneliti dengan 50 orang pelanggan Kikan Boutique menunjukkan permasalahan yaitu kepuasan pelanggan dirasa belum dirasakan secara optimal karena kualitas pelayanan yang dirasa tidak sesuai dengan yang diharapkan dan pelanggan tidak merasakan nilai produk-produk yang ditawarkan oleh Kikan Tabanan. Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan masih belum optimal, masih terdapat kelemahan, seperti keterlambatan waktu pengerjaan, kurang ramahnya karyawan kepada pelanggan. Nilai pelanggan diartikan manfaat atau nilai dengan biaya yang digunakan dan dikeluarkan setelah menggunakan produk-produk sandal Kikan Boutique dinilai belum optimal, seperti terdapat kekurangan pada jelaskan proses produksi dan kelebihan *after sales* yang dimiliki oleh produk sandal yang diproduksi oleh Kikan Boutique dan terdapat ketidaksesuaian barang yang dipesan oleh pelanggan, seperti kecacatan pada produk sandal, kekurangan longgar tali yang menyebabkan sandal kurang nyaman saat digunakan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi et al., 2021) telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan oleh (Fendy Maradita & Rusni, 2020) telah membuktikan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan et al., 2022) telah membuktikan kualitas pelayanan

dan nilai pelanggan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

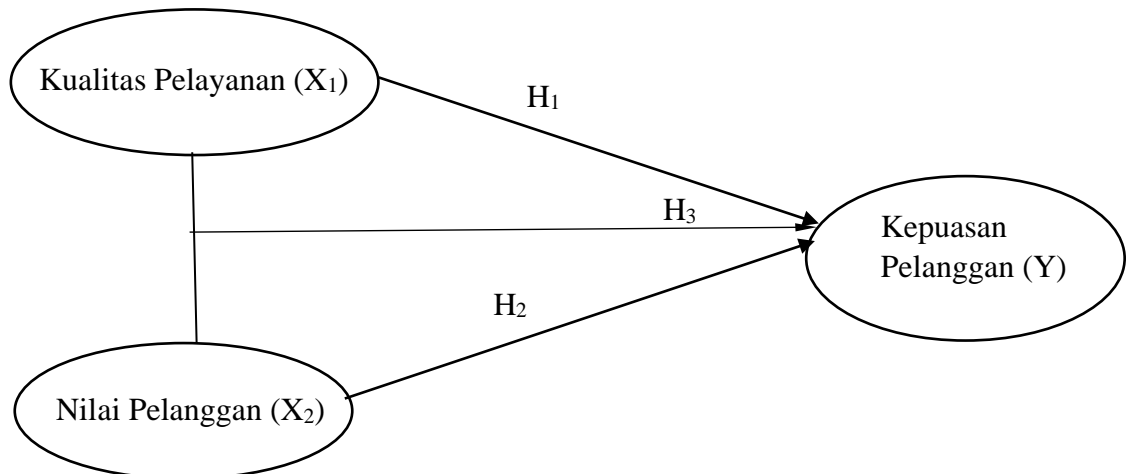
H₁ : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan

H₂ : Diduga nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan

H₃ : Diduga kualitas pelayanan dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan

Metode Penelitian

Desain penelitian ini mengangkat permasalahan dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique



Gambar 1 Kerangka Berpikir Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Kikan Boutique Tabanan yang beralamat di Jalan Pulau Nias No.37 Dauh Peken Tabanan Bali. Kualitas Pelayanan(X₁), Nilai Pelanggan (X₂) ditetapkan sebagai variabel bebas atau independen. Kepuasan Pelanggan (Y) ditetapkan sebagai variabel terikat atau dependen. Data Populasi adalah pelanggan yang memiliki member Kikan Boutique yang telah memiliki member sejumlah 2.200. Dalam menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus slovin. Untuk menentukan sampel menggunakan Teknik nonprobability sampling tepatnya Purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, kepustakaan. Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan uji asumsi klasik, analisis linear berganda, analisis korelasi berganda, analisis determinasi, uji t, uji f

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan Kikan Boutique. Berdasarkan Jenis Kelamin 10 responden (10%) dan responden perempuan Kikan Boutique Tabanan sebanyak 90 responden(90%). Berdasarkan Usia responden Kikan Boutique Tabanan adalah responden yang berusia 16-25 tahun sebanyak 28 reponden (28%), responden yang berusia antara 26-35 tahun adalah sebanyak 31 orang (31%), responden yang berusia antara 36-45 tahun adalah sebanyak 20 orang (20%), responden yang berusia antara 46-55 tahun adalah sebanyak 21 orang (21%) Pekerjaan responden Kikan Boutique Tabanan, pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 4 responden (4%), pekerjaan wirausaha sebanyak 4 orang(4%),pekerjaan PNS sebanyak 46 orang dengan (46%) Karyawan Swasta sebanyak 43 orang (43%), Mahasiswa sebanyak 3 orang (3%)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas dan reabilitas menyatakan bahwa seluruh instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel adalah valid dan reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Nilai Pelanggan (X_2) 0,773. Berdasarkan hal itu, variabel penelitian itu dapat dipergunakan untuk analisis statistik lebih lanjut. Dari pengujian asumsi klasik,model persamaan regresi terdistribusi normal , bebas dari multikorelitas dan tidak mengandung gejala heterokedasitas.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Beraganda

Model	Unstandardized		Standarized	T	Sig
	Coeficient		coefficient		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.697	1.922	.883	.380	
Kualitas Pelayanan (X_1)	.496	.054	.811	9.156	.000
Nilai Pelanggan (X_2)	.201	.075	.119	2.680	.004

Sumber : Data diolah (2024)

Persamaan regresi yang dibentuk sebagai berikut $Y = 1,697 + 0,496X_1 + 0,201X_2$. Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai dari koediseien determinasi sebagai berikut $R^2 = 0,844$ memiliki arti bahwa variasi naik turunnya kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan 84,4 persen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan nilai pelangggan sedangkan sisanya 15,6 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini seperti kualitas produk,desain produk,harga,lokasi,inovasi produk.

Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan.

Berdasarkan atas keseluruhan hasil pengujian diketahui nilai *t* hitung sebesar 9,156 dan signifikasinya adalah 0,000. Berdasarkan hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique , karena *t*-hitung lebih besar dari *t*-tabel atau $9,156 > 1,661$ dan signifikansinya lebih rendah dari pada 0,05(5%) yaitu $0,000 < 0.05$. Hal ini sejalan dengan penelitian (Santosa & Mashyuni, 2021), (Mahira et al., 2021), (Veronica, 2017) yang menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Pengaruh nilai pelanggan (X_2) secara parsial terhadap kepuasan kikan Boutique Tabanan.

Berdasarkan atas keseluruhan hasil pengujian diketahui nilai *t*-hitung sebesar 2,680 dan signifikasinya adalah 0,004. Berdasarkan hal ini dapat diartikan bahwa nilai pelanggan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique , karena *t*-hitung lebih besar dari *t*-tabel atau $2,680 > 1,661$ dan signifikansinya lebih rendah dari pada 0,05(5%) yaitu $0,004 < 0.05$. Hal ini sejalan dengan penelitian(Qomariah & Wibowo, 2019), (Andrian & Fadillah, 2021) yang menunjukkan nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan nyata secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.255.674	2	627.837	262.913	.000 ^b
	Residual	231.636	97	2.388		
	Total	1.487.310	99			

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data diatas maka diketahui *F*- hitung sebesar 262,913 dan *sif F* sebesar 0,000 dengan nilai *F*-tabel sebesar 3,09. Sesuai dengan taraf nyata 5% diketahui *F*-hitung lebih besar dari *F*-Tabel atau $262,913 > 3,09$. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan nilai pelanggan secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Hal ini sejalan dengan penelitian (Prasevie & Razak, 2018) ,(Farida, 2014),(Nurhayati & Nurhalimah, 2019), yang menunjukkan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan nyata secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Simpulan

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan dan saran sebagai berikut: (1) Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan

Boutique Tabanan. (2) Nilai Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan. (3) Kualitas pelayanan dan nilai pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Kikan Boutique Tabanan. Saran terkait dengan variabel kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan fasilitas yang dimiliki seperti ketersediaan tempat parkir, ruang ganti, dan fasilitas pembayaran, terkait dengan variabel nilai pelanggan, dikarenakan pernyataan diharapkan memperhatikan harga karena dengan harga yang kompetitif maka penjualan akan dapat meningkat sesuai dengan target penjualan. terkait variabel kepuasan pelanggan diharapkan menjalin kerjasama dengan pihak terkait untuk meningkatkan ketersediaan mesin edisi agar pelanggan dapat menggunakan pembayaran menggunakan kartu kredit. Untuk Penelitian selanjutnya diharapkan peneliti mempertimbangkan aspek faktor lain yang tidak atau belum ditelaah dalam model penelitian, seperti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Penelitian yang serupa di masa depan dengan memodifikasi model penelitian dan menambahkan konsep lain yang diteliti agar dapat memberikan penjelasan lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Alang, S. (2020). Analysis of Service Quality And Consumer Satisfaction Visitors Supermarket Superindo Airport City Mall Tangerang-Banten. *Journal of Management Review*, 4(2), 457–471.
- Ambarwati, I. A. T., Kawiana, I. G. P., & Mahayasa, I. G. A. (2022). Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pada PT Prisma Elekrika Bali. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 832-843.
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53–60.
- Andriani, N. W. T., Suartina, I. W., & Mahayasa, I. G. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Intervening. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 3(7), 1424-1436.
- Farida, S. N. (2014). *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy di Surabaya*.
- Fendy Maradita, M. M., & Rusni, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa PERUMDA Air Minum Batulanteh Cabang Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Husain, W., Taan, H., & Niode, I. Y. (2023). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Az-Zahra Kota Gorontalo. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 894–901.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.

-
- Naibaho, U. A., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089.
- Nurhayati, A., & Nurhalimah, N. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 1–5.
- Prasevie, S. F., & Razak, I. (2018). Pengaruh Kualitas layanan dan Nilai Pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(2), 1–11.
- Pratiwi, N. K. S., Suartina, I. W., & Sugianingrat, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mcdonald's Di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 94–114.
- Qomariah, N., & Wibowo, Y. G. (2019). Pengaruh Brand Image, Kepercayaan, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Herbalife. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 300–312.
- Santosa, D. G. W., & Mashyuni, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 290–302.
- Sembiring, E., & Sinaga, R. V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Umum Bina Kasih Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 183–204.
- Setiawan, D. A., Husen, I. A., Yuliansyah, R., & Wasif, S. K. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek (Studi Kasus Ini Di Wilayah Kelurahan Cipinang Besar Utara). *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3131–3148.
- Veronica, D. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Development*, 5(1), 55–69.