

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan D'Booster Jalan Manyar Sakti Kota Pekanbaru

Lusi Nurvitasari¹ Hardisem Syabus² Feby Natasha³ Natasha Dwita Ariska⁴ Yovani Agustina Silaban⁵ Maudhi Nur Camila⁶ Zahra Mulia Safitri⁷ Dimas Sevien Ananda⁸ Ega Anggraini⁹

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}

Email: lusi.nurvitasari2111@student.unri.ac.id¹ hardisem.syabus@lecturer.unri.ac.id² feby.natasha5263@student.unri.ac.id³ natasha.dwita1327@student.unri.ac.id⁴ yovani.agustina2121@student.unri.ac.id⁵ maudhi.nur1690@student.unri.ac.id⁶ zahra.mulia6203@student.unri.ac.id⁷ dimas.sevien5252@student.unri.ac.id⁸ ega.anggraini0989@student.unri.ac.id⁹

Abstract

This research aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at D'Booster, a company operating in the culinary and beverage sector. Customer satisfaction is an important factor in the current competitive beverage industry to encourage customer satisfaction. This quantitative research used a sample of 37 D'Booster consumer respondents using a questionnaire based on indicators of service quality and customer satisfaction. The results of the validity and reliability tests show that the indicators in this research are valid and reliable. Simple linear regression analysis produces the equation $Y = 7,481 + 0,854X$, which shows that service quality has a positive effect on customer satisfaction. The results of the determination test show that 76.7% of customer satisfaction is influenced by service quality, while the remainder is influenced by other variables not studied. Hypothesis testing also shows that service quality has a significant effect on D'Booster customer satisfaction. This research concludes that service quality with indicators such as physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy can directly increase D'Booster customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan D'Booster, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner minuman. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam persaingan industri minuman saat ini untuk mendorong kepuasan pelanggan. Penelitian kuantitatif ini menggunakan sampel 37 responden konsumen D'Booster dengan menggunakan kuesioner berdasarkan indikator kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini valid dan reliabel. Analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan $Y = 7,481 + 0,854X$, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa 76,7% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Uji hipotesis juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan D'Booster. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dengan indikator-indikator seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara langsung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan D'Booster.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

D'Booster adalah perusahaan yang bergerak di bidang kuliner atau minuman. Perusahaan ini telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan jumlah pelanggan yang terus meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa D'Booster telah berhasil memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Kualitas layanan adalah salah satu aspek terpenting dalam menentukan kepuasan pelanggan (Liung & Syah, 2017). Pelanggan yang mendapatkan pelayanan berkualitas akan merasa puas dan senang. Ini akan mendorong mereka untuk membeli lagi produk atau layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain (Harnoto, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan D'Booster. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi D'Booster dalam meningkatkan kualitas pelayanannya dan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Di era digital ini, banyak orang beralih ke minuman segar yang banyak varian rasa. Industri minuman saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat, diiringi dengan meningkatnya jumlah dan variasi produk minuman yang tersedia di pasaran (Sari, 2022). Di tengah persaingan yang ketat ini, kualitas layanan menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mendorong loyalitas pelanggan (Aris & Utama, 2016).

D'Booster sebagai salah satu pemain di industri minuman, menyadari pentingnya kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. D'Booster menawarkan berbagai jenis minuman kekinian dengan harga yang terjangkau dan rasa yang lezat. Namun, untuk mencapai kesuksesan jangka panjang, D'Booster perlu memastikan bahwa pelanggannya tidak hanya puas dengan produknya, tetapi juga dengan layanan yang mereka terima. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan positif yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan (Qadeer, 2013). Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memungkinkan mereka untuk kembali membeli produk atau layanan di masa depan, serta merekomendasikannya kepada orang lain (Aris & Utama, 2016). Kualitas layanan mengacu pada tingkat keunggulan yang diharapkan dan diterima pelanggan dalam setiap interaksi dengan perusahaan (Wibowati, 2021). Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Putro, 2014).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data bersifat statistik. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan yang datang ke gerai D'Booster Manyar Sakti dengan tujuan untuk membeli produk. Menurut Roscoe dalam Sugiono (2013), ukuran sampel antara 30 hingga 500 sudah memadai untuk digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan pandangan Roscoe dalam Sugiono tersebut, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 37 responden. Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai tolak ukur indikator. Dengan menggunakan Teknik analisis pendekatan kuantitatif dengan uji regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini. Uji-uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Pengujian ini dilakukan melalui SPSS 23.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan sebanyak 37 orang yang berstatus sebagai konsumen yang pernah melakukan pembelian di D'Booster Jalan Manyar Sakti untuk dijadikan sample. Kuesioner dalam penelitian ini memiliki lima indikator variabel kualitas pelayanan dan lima variabel kepuasan pelanggan.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.481	3.525		2.122	.041
kualitas	.854	.080	.876	10.735	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Setelah dilakukannya uji regresi linier sederhana maka didapatkan hasil yang diinterpretasikan sebagai berikut: $Y = 7.481 + 0,854X$. Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1. Nilai konstanta pada tabel diatas sebesar 7.481, mengandung arti bahwa jika tidak ada nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan konsumen adalah sebesar 7.481.
2. Nilai Koefisien regresi sebesar 0,854 menyatakan bahwa setiap penambahan nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,854. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Hasil Uji Determinasi

Dalam penelitian ini, uji determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil dari uji ini ditampilkan dalam tabel dibawah berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	.767	.760	4.88572

a. Predictors: (Constant), kualitas

Hasil yang didapat maka terlihat bahwa nilai *R Square* adalah 0,767 atau 76,7% yang artinya bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 76,7%, sedangkan sisa 23,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis (uji t)

Penelitian ini dapat dikatakan berpengaruh jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05. Sebaliknya, akan dikatakan tidak berpengaruh jika nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ pada taraf signifikansi 0,05. $T_{tabel} = t(\alpha/2; n-k) = t(0,05/2; 37-2) = 3.246$. Tabel hasil uji hipotesis dapat dilihat melalui tabel *coefficients* diatas. Setelah melihat tabel tersebut maka didapat hasil nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($10.735 > 3.246$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi "Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan D'Booster Jalan Manyar Sakti" dapat diterima.

Pembahasan

Dengan telah dilakukan analisis regresi linear sederhana, ditemukan bahwa nilai kualitas pelayanan yang diperoleh bersifat positif, bukan negatif. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di D'Booster, yang terletak di Jalan Manyar Sakti, Kota Pekanbaru. Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan di lokasi tersebut.

KESIMPULAN

Melalui hasil yang didapat maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Indikator-indikator seperti bukti fisik, keandalan, daya tangkap, jaminan, dan empati yang dimiliki oleh karyawan dari D'Booster Jalan Manyar Sakti secara langsung dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris, I., & Utama, A. (2016). The Effect of Service Quality Toward Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Land Lines Shipping Services (A Case Study of Satisfaction of Jne Hijrah Sagan Yogyakarta Area). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(6), 660–669.
- Dylan Trotsek. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ud. Mie Kalimantan Di Kota Bontang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 10.
- Harnoto, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 21(36), 1–15. <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php>
- Liung, H., & Syah, T. Y. R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dalam Meningkatkan Loyalitas di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi*, 8 (2)(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.47007/jeko.v8i01.1736>
- Mursyidah, D. (2022). Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Showroom X Kota Bandung. *MBIA*, 20(3), 222–234. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i3.1569>
- Mokoginta, C., L, I., & Rumerung, J. (2023). Peningkatan Kualitas Pelayanan Untuk Kepuasan Publik Pada Pengadilan Tata Usaha Negara Manado. *Manajemen Administrasi Bisnis Dan Pemasaran (Mabp)*, 5(1), 82. <http://jurnal.polimdo.ac.id/index.php/mabp/article/view/593>
- Pawestriningtyas, N. C., Suharyono, & Suyadi, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 32(2), 39–46. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1262>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Qadeer, S. (2013). A case study in Banking Sector. *University of Gavle, November*, 1–101.
- Rossitya Dwi Setyawandani. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 230–239. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Sari, A. N. (2022). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil->

suluttenggomalut/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html

- Suchanek, P., & Kralova, M. (2023). Relationship Between Customer Expectations and Financial Performance of Food Industry Businesses in a Customer Satisfaction Model. *Economic and Business Review*, 25(2), 103–117. <https://doi.org/10.15458/2335-4216.1320>
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 57-63. <https://doi.org/10.30872/jinv.v19i1.12660>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 1–20. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>