

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen minimarket Alfamidi di Kota Makassar

Mustari¹, Ilham Thaief², Muh. Ihsan Said A.³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

Abstract. This study aims to analyze and examine the prime service variables consisting of abilities, attitudes, appearance, attention, actions, and responsibilities carried out by Alfamidi minimarket employees that influence customer satisfaction which is part of research that analyzes services based on customer satisfaction. At present the author has conducted research through the planning or design stages until the final stage of the research which is an instrument as a research requirement at the Alfamidi minimarket in Makassar. The research method and approach of this research are tested and analyzed by an operational model of research to increase the number of consumers through excellent service of employees so that it can influence consumer satisfaction at Alfamidi minimarket in Makassar. Excellent service carried out by Alfamidi minimarket employees applied can provide benefits to Alfamidi minimarket companies in Makassar. Based on the research title of the Effect of Excellent Service which includes the ability, attitude, appearance, attention, action, and responsibility influencing the satisfaction of Alfamidi Minimarket Consumers in Makassar, the variables in this study are divided into two variables. Based on the results of the partial test (T test), the results of the study prove that among the six independent variables there are five variables that have a positive effect, namely ability, attitude, appearance, attention, action and one variable that negatively affects responsibility to the dependent variable. Significantly among the six variables (ability, attitude, appearance, attention, action, and responsibility), there are only two variables that have a significant effect, namely the ability and appearance variables. Simultaneously (F test), the results of the study prove that the independent variables (ability (X1), attitude (X2), appearance (X3), attention (X4), action (X5), and responsibility (X6)) simultaneously have an influence significant impact on consumer satisfaction at Alfamidi Minimarket in Makassar.

Keywords: excellent service, customer satisfaction

1. PENDAHULUAN

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan perusahaan dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen adalah pelayanan prima. Dimana menurut Armstrong & Philip (2001) bahwa layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen. Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berkaitan dengan pelayanan yang optimal guna dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Mengukur pelayanan prima dan hubungannya dengan konsumen penabung maka pelayanan prima dapat diukur dengan enam unsur pokok, yaitu kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*accountability*).

Saat ini PT. Midi Utama Indonesia Tbk, menjadi salah satu jaringan ritel yang mudah dijangkau masyarakat luas. Pada akhir 2015 jumlah gerai perseroan mencapai 1.063 gerai yang terdiri dari 1.023 gerai Alfamidi, 2 gerai Alfasupermarket dan 38 gerai lawson yang tersebar di beberapa pulau di Indonesia meliputi pulau Jawa, Kalimantan, Sumatera dan Sulawesi. Jaringan gerai tersebut terdiri dari gerai milik sendiri dan dalam bentuk kerjasama waralaba dengan pihak ketiga. Didukung lebih dari 17.547 karyawan dan melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia. Perkembangan jaringan ritel minimarket masih menjadi

peluang untuk dikembangkan jika melihat pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu penambahan aset perusahaan adalah memperbanyak jumlah toko tahun ini. Meskipun pada tahun 2016 dari sisi keuntungan yang didapat menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya, tapi dari sisi pengembangan toko melalui sistem kerja sama atau *franchise* masih tumbuh.

Sehubungan dengan hal tersebut menargetkan akan menambah jaringan ritel minimarket Alfamidi 200 gerai pada tahun 2017. Pengembangan jaringan minimarket ini akan difokuskan pada sistem franchise karena berdasarkan Permen Perdagangan No. 68 tentang waralaba untuk jenis usaha toko rasio 40% perusahaan harus dimiliki oleh masyarakat sedangkan 60 persen oleh perusahaan. Sedangkan kepemilikan toko oleh masyarakat untuk alfamidi kurang dari 10 persen. Akan tetapi terus dikembangkan karena sekarang peminatnya semakin bertambah. Sampai dengan Maret 2018, perseroan berhasil menambah 55 gerai Alfamidi dan 2 Gerai Alfamidi Super, sehingga jumlah gerai perseroan secara keseluruhan berjumlah 1.501 gerai. Rinciannya 1.451 gerai Alfamidi, 37 Gerai Lawson dan gerai Alfamidi Super. Sebagai objek penelitian yaitu minimarket Alfamidi di Kota Makassar merupakan salah satu usaha di sektor perdagangan dalam menjalankan aktivitasnya sebagai industri masih terdapat kekurangan dalam pemberian pelayanan terhadap konsumen. Fakta empirik menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun jumlah konsumen minimarket Alfamidi

mengalami peningkatan. Hal ini ditandai dengan jumlah outlet dari tahun 2014 sebanyak 9, tahun 2015 sebanyak 10, tahun 2016 sebanyak 19 dan 2017 sebanyak 20.

2. METODE PENELITIAN

Variabel dalam penelitian ini yaitu dibedakan atas dua variabel yaitu: 1) Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel dependen yang terdiri dari kemampuan (X1), sikap (X2), penampilan (X3), perhatian (X4), tindakan (X5), dan tanggung jawab (X6), 2) Variabel dependen (Y) adalah variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen minimarket Alfamidi di Kota Makassar, sedangkan sampel penelitian ini ditentukan sebesar 100 orang konsumen. Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik *incidental* sampling Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni observasi, angket, wawancara dan dokumentasi.

Operasional variabel dalam penelitian ini adalah observasi yang dimana definisi operasionalnya menentukan tindakan berdasarkan responden.

- a. Kemampuan (X1) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* pada konsumen minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Kemampuan dapat diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu:
 - 1) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar memiliki kemampuan/ pengetahuan yang memadai mengenai barang yang ditawarkan.
 - 2) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumen.
 - 3) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar memiliki kemampuan dalam menjelaskan produk yang ditawarkan minimarket Alfamidi di Kota Makassar.
 - 4) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar memiliki kompetensi mengenai sistem dalam pelayanan.
- b. Sikap (X2) adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi konsumen yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan konsumen minimarket Alfamidi di Kota Makassar
- c. Sikap dapat diukur dengan menggunakan 5 indikator, yaitu:
 - 1) Sikap karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar dapat membuat konsumen merasa aman.

- 2) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar selalu bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen.
 - 3) Karyawan Alfamidi di Kota Makassar selalu memberikan sambutan selamat datang pada saat anda datang ke Alfamidi.
 - 4) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar selalu memberikan perhatian penuh terhadap konsumen.
 - 5) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar ikhlas dalam membantu/melayani kebutuhan informasi konsumen.
- d. Penampilan (X3) adalah kemampuan minimarket Alfamidi baik yang bersifat fisik maupun nonfisik yang mampu merefleksikan kepercayaan konsumen. Penampilan dapat diukur dengan menggunakan 2 indikator, yaitu:
 - 1) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar berpenampilan rapi dan sopan setiap bekerja.
 - 2) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar tidak memakai aksesoris yang berlebihan saat bekerja.
 - e. Perhatian (X4) adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian, kebutuhan dan keinginan konsumen maupun keramahan atas saran dan kritikan seorang konsumen minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Perhatian dapat diukur dengan menggunakan 4 indikator, yaitu:
 - 1) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar selalu memberikan perhatian atas kebutuhan dan keinginan konsumen.
 - 2) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar selalu senantiasa membantu konsumen yang bermasalah dalam pembelian.
 - 3) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar selalu menjalin hubungan dengan konsumen secara baik.
 - 4) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar selalu bersedia meluangkan waktu menanggapi permintaan konsumen.
 - f. Tindakan (X5) adalah Suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Tindakan dapat diukur dengan menggunakan 5 indikator, yaitu:
 - 1) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan konsumen.
 - 2) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar tidak pernah menyatakan sibuk dalam melayani konsumen.
 - 3) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar memberikan solusi yang cepat dan tepat dalam memecahkan masalah konsumen.

- 4) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar memiliki tindakan yang luwes dan cekatan dalam melayani konsumen.
- 5) Karyawan Alfamidi di Kota Makassar tidak memilih-milih konsumen yang akan dilayani.
- g. Tanggung jawab (X6) adalah melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada konsumen sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan konsumen minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Tanggungjawab dapat diukur dengan menggunakan 3 indikator, yaitu:
 - 1) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar tidak istirahat saat sedang melayani atau jam kerja.
 - 2) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar memberikan kemudahan pelayanan kepada konsumen.
 - 3) Karyawan minimarket Alfamidi di Kota Makassar dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan dan menjamin keamanan konsumen.
- h. Kepuasan konsumen (Y) adalah dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang ditawarkan oleh minimarket Alfamidi di Kota Makassar.
 - 1) Selama membeli di minimarket Alfamidi di Kota Makassar saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan minimarket Alfamidi.
 - 2) Saya merasa aman membeli di minimarket Alfamidi di Kota Makassar dibandingkan dibandingkan dengan toko atau minimarket yang lain.
 - 3) Saya merasa senang dengan potongan harga yang diberikan oleh minimarket Alfamidi di Kota Makassar.
 - 4) Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah ke minimarket atau toko yang lain

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kemampuan terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamidi di Makassar

Berdasarkan hasil persamaan regresi, maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Alfamidi di Kota Makassar. Menurut Barata (2004), kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *publicrelation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi/perusahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakri (2015) yang mengatakan bahwa kemampuan (X₁) berpengaruh

positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri.

B. Pengaruh Sikap terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka dapat disimpulkan bahwa sikap mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar Menurut Barata (2004), setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakri (2015) yang mengatakan bahwa sikap (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri.

C. Pengaruh Penampilan terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka dapat disimpulkan bahwa penampilan mempunyai pengaruh positif dan signifikan antara penampilan terhadap kepuasan konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Menurut Barata (2004), penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakri (2015) yang mengatakan bahwa penampilan (X₃) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

D. Pengaruh Perhatian terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka dapat disimpulkan bahwa perhatian mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara perhatian terhadap kepuasan konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Menurut Barata (2004), curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap konsumen baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan konsumen maupun saran dan kritikan seorang nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakri (2015) yang mengatakan bahwa perhatian (X₄) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri.

E. Pengaruh Tindakan terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka dapat disimpulkan bahwa tindakan mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara tindakan terhadap kepuasan konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Menurut Barata (2004), melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang

harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bakri (2015) yang mengatakan bahwa tindakan (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri.

F. Pengaruh Tanggung Jawab terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar

Berdasarkan hasil perhitungan regresi, maka dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan antara tanggung jawab terhadap kepuasan konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar. Menurut Barata (2004), melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap berperipikahan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji T), hasil penelitian membuktikan bahwa diantara enam variabel independen terdapat lima variabel yang

berpengaruh positif yakni kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan satu variabel yang berpengaruh negatif yakni tanggung jawab) terhadap variabel dependen. Secara signifikan diantara keenam variabel (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab), hanya terdapat dua variabel yang berpengaruh secara signifikan yakni variabel kemampuan dan penampilan. Secara simultan (uji F), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (kemampuan (X_1), sikap (X_2), penampilan (X_3), perhatian (X_4), tindakan (X_5), dan tanggung jawab (X_6)) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Minimarket Alfamidi di Kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2001. *Dasar – dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Barata, Atep Adya, 2004. *Dasar – dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Bakri, Mulqiyati Zikra. 2015. *Pengaruh Service Excellence terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Ahmad Yani Kantor Wilayah Makassar*.