

PENGARUH FAKTOR KEPUASAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENDAWA MINI MARKET DI DESA BAJERA TAHUN 2011

Luh Gede Dewi Kusumasari

Universitas Pendidikan Ganesha, Jl. Udayana Singaraja
e-mail: Dewi.Kusumasari2505@gmail.com

Abstrak

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* dan berapa besar pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* dan besarnya pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner dan dokumentasi dengan Teknik penentuan sampel *stratified purposive random sampling*, serta teknik analisis data berupa analisis deskriptif dan regresi sederhana. Berdasarkan Hasil penelitian dapat disimpulkan kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011 berada pada kategori kurang puas, serta besarnya pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011 ditunjukkan dengan nilai *R square* sebesar 62,2%.

Kata-kata Kunci: faktor kepuasan konsumen, Pendawa *Mini Market*, kepuasan konsumen

Abstract

The problem of this research is how the satisfaction of the customers in Pendawa Mini Market and how is the level of influence of the satisfaction factors to the customers satisfaction in Pendawa Mini Market, in the Bajera village, Selemadeg district, Tabanan regency, in 2011. The purpose of this research was to determine the level of customer satisfaction in Pendawa Mini Market and the influence of satisfaction factors to the customer satisfaction in Pendawa Mini Market in the Bajera Village, Selemadeg district, Tabanan regency, in 2011. Data collection methods used were questionnaires, and documentation methods with sampling technique used was stratified purposive random sampling technique, and used data analysis technique like descriptive analysis and simple regression analysis. Based on The results can be concluded that the customer satisfaction in Pendawa Mini Market in the Bajera Village, Selemadeg district, Tabanan regency, in 2011 in the category of less satisfied, as well as the influence factors of satisfaction to the customer satisfaction in Pendawa Mini Market in the Bajera Village, Selemadeg district, Tabanan regency, in 2011 is signed to R-square 62.2% value.

Key words: customer satisfaction, factor of customer satisfaction, Pendawa *Mini Market*

PENDAHULUAN

Dewasa ini sering kita mengenal adanya pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang terkenal dengan kegiatan tawar menawar antara pihak penjual dengan pihak pembeli, dan memiliki lingkungan pasar yang relatif kurang tertata rapi. Sedangkan pada pasar modern terlihat dari kegiatan jual beli barang yang tidak lagi dilakukan dengan kegiatan tawar menawar,

konsumen yang ingin membeli suatu barang hanya perlu melihat label harga yang telah disediakan oleh pihak pedagang sesuai dengan produk itu sendiri. Selain itu penataan dan penempatan produk pada lingkungan pasar modern relatif lebih rapi.

Konsumen dalam perkembangannya membeli suatu barang kini lebih cenderung memilih pasar modern sebagai tempat berbelanja favorit, karena pada pasar

modern ini mereka tidak lagi memerlukan banyak waktu dalam pemilihan suatu barang kebutuhan, barang-barang yang mereka butuhkan tersebut sudah dijual dalam suatu tempat yang sama, selain itu para konsumen juga tidak memerlukan adanya kegiatan tawar-menawar, mereka hanya perlu melihat label harga dan menyesuaikan dengan dana yang ada kemudian mengambil keputusan untuk membeli atau tidak barang tersebut. Melihat tingginya minat konsumen berbelanja pada pasar modern mengakibatkan banyaknya para pengusaha yang melirik dan mendirikan *Mini Market* sebagai usaha yang sangat menguntungkan.

Konsumen merupakan target pasar utama dalam setiap usaha, karena tanpa adanya konsumen maka suatu usaha tidak akan dapat berkembang dan mencapai laba secara maksimal. Mendapatkan konsumen sebagai pelanggan dalam suatu usaha *mini market* bukanlah suatu perkara yang mudah, hal ini terjadi karena banyaknya persaingan dari *mini market* yang ada, sehingga mewajibkan pengusaha untuk lebih memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga yang ditawarkan untuk membentuk suatu kepuasan konsumen. Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu: (1) kualitas produk, (2) kualitas pelayanan, (3) emosional, (4) harga, (5) biaya.

Menurut Supranto (2006) kepuasan pelanggan adalah kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2008) didefinisikan sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya atau sesuai dengan yang diharapkan. Hal yang sama juga diungkapkan oleh Kotler (2002) yang menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya.

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan untuk dapat

mempertahankan suatu konsumen, dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada akhirnya pengusaha dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Manfaat kepuasan konsumen Menurut Tjiptono (2005), antara lain: (1) hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, (2) memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, (3) mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, (4) membentuk suatu rekomendasi informal dari mulut ke mulut yang akan sangat menguntungkan bagi perusahaan, (5) reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, (6) laba yang diperoleh dapat meningkat.

Menurut Kotler (2000) terdapat beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggannya yaitu: (1) sistem keluhan dan saran, (2) pembeli bayangan, (3) analisis konsumen beralih, (4) survey kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desak Putu Eka Risnayani, dengan judul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada *Mini Market* Cahaya Baru Penarukan Kecamatan Buleleng Tahun 2009. Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, tingkat kepuasan konsumen, pengaruh faktor-faktor kepuasan konsumen terhadap tingkat kepuasan konsumen, dan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen berbelanja pada *Mini Market* Cahaya Baru. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dan kausal. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi kepuasan yang terdiri produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, kelengkapan fisik, dan proses. Tingkat kepuasan belanja pada *Mini Market* Cahaya Baru berada pada kategori kurang puas, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara faktor-faktor kepuasan konsumen dengan tingkat kepuasan konsumen berbelanja yang ditunjukkan dengan nilai *R square* sebesar 93,8%, dan faktor kelengkapan fisik berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen dengan besar sumbangan efektif 30,2 %.

Penelitian oleh Jaumala Malau Mahasiswa Program sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sepeda motor bebek merek Yamaha di kota Semarang Tahun 2011. Hasil penelitian membuktikan bahwa dua variabel independen yaitu persepsi harga dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Hasil dari pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (persepsi harga dan kualitas produk) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh positif terbesar terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor bebek Yamaha adalah pada variabel persepsi harga dengan koefisien 0,439, kemudian diikuti oleh variabel kualitas produk dengan koefisien 0,249. Selain itu hasil dari perhitungan regresi diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,506. Hal ini berarti 50,5% kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh persepsi harga dan kualitas produk, sedangkan 49,5% dapat dipengaruhi variabel lain.

Originalitas penelitian ini, terletak pada perbedaan pengukuran faktor dan analisis regresi yang digunakan. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini menggunakan tiga faktor yaitu (1) faktor produk, (2) faktor harga, (3) faktor pelayanan, dengan menggunakan regresi sederhana. Sedangkan dari Desak Putu Eka Risnayani, yang menggunakan tujuh faktor (1) produk, (2) harga, (3) promosi, (4) lokasi, (5) karyawan, (6) kelengkapan fisik, (7) proses, dengan analisis regresi berganda.

Desa Bajera merupakan suatu desa yang terletak di Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan. Desa Bajera terbagi menjadi enam Banjar Dinas dengan total jumlah penduduk 4.386 jiwa, dengan ratio perbandingan 2.241 jiwa Laki-laki dan 2.145 jiwa perempuan, mata pencaharian dari sebagian besar penduduk Desa Bajera adalah berprofesi sebagai Wiraswasta, Petani, PNS, dan Buruh (Monografi Desa Bajera, 2011). Walaupun termasuk dalam kategori desa, namun

perkembangan perdagangan dalam pasar modern di Desa Bajera ini berkembang semakin pesat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya mini market yang ada pada Desa Bajera seperti Alfa Mart, Indomaret, Pendawa *Mini Market*, Wirata *Mini Market*, dan Toko Mulya. Semakin banyaknya jumlah *mini market* yang ada dalam lingkungan Desa Bajera menciptakan persaingan yang ketat antar *mini market* pada daerah tersebut, sehingga kepuasan konsumen menjadi target utama yang harus dicapai oleh sebuah *mini market* untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Pendawa *Mini Market* sebagai tempat penelitian, berlokasi di jalan Seruti N0.2 Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Bali, dengan jarak \pm 18 Km arah barat dari pusat Kota Tabanan, merupakan salah satu *mini market* yang sedang berbaur menghadapi persaingan dengan usaha sejenis. Bila kepuasan konsumen tidak diperhatikan maka Pendawa *Mini Market* akan kehilangan konsumennya.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada Pendawa *Mini Market*, menunjukkan masih banyak konsumen yang merasa kurang puas berbelanja pada Pendawa *Mini Market*, hal ini didapat dari kotak saran yang telah disediakan oleh pihak *mini market*. Sebagai *mini market* yang berorientasi kepada pelanggan, mengetahui kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan salah satu cara yaitu menggunakan saran-saran yang ditempatkan ke dalam kotak saran seperti yang dilakukan pada Pendawa *Mini Market* ini. Mereka menyediakan kotak saran sebagai tempat penyaluran aspirasi keluhan dan saran konsumen kepada pihak *mini market* yang dilaksanakan pada Tahun 2011.

Pihak Pendawa *Mini Market* menyediakan 350 lembar kertas keluhan dan saran. Dari 350 kertas keluhan dan saran yang dimiliki oleh pihak *mini market* tersebut, ternyata sebanyak 150 lembar yang telah dipergunakan oleh pelanggan dalam memberikan keluhan dan saran. Dari 150 keluhan dan saran tersebut sebanyak 60,00 % pelanggan menyatakan kurang puas terhadap faktor Pelayanan, 23,33 % menyatakan kurang puas terhadap faktor

Produk, dan 16,66 % pelanggan menyatakan kurang puas terhadap faktor Harga. Rendahnya kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* juga terlihat dari salah satu hal, yaitu tidak tercapainya target penjualan barang dari yang ditargetkan sebesar Rp 55.000.000 perbulan, namun pada kenyataannya penjualan barang pada Pendawa *Mini Market* tersebut hanya mencapai Rp 45.000.000 perbulan dengan waktu operasi 30 hari dengan waktu buka dari jam 07.00 sampai dengan 22.00 wita. Tidak tercapainya target penjualan pada Pendawa *Mini Market* ini mencerminkan bahwa adanya konsumen yang merasa kurang puas terhadap faktor pelayanan, produk dan harga pada Pendawa *Mini Market*. Hal ini juga diperkuat dengan data hasil survey wawancara bebas yang dilakukan terhadap 30 orang pelanggan pada pendawa *Mini Market*, berdasarkan hasil wawancara ini didapatkan keluhan pelanggan terhadap pihak Pendawa *Mini Market* mengenai faktor pelayanan yang diberikan seperti adanya beberapa kemasan susu atau makanan yang cacat pada rak dagangan, bungkus makanan atau susu yang dipajang pada rak etalase masih terlihat berdebu karena kurang dibersihkan, kondisi ruang belanja yang kurang tertata rapi, kekurangan atau tidak terdapatnya label harga pada bungkus makanan ataupun pada rak dagangan sehingga menyulitkan konsumen dalam mengetahui harga barang tersebut, kurangnya tempat parkir kendaraan bagi pengunjung Pendawa *Mini Market*. Disamping itu pada faktor produk terdapat keluhan seperti kurang lengkapnya jenis produk yang dijual pada Pendawa *Mini Market*, kemudian dari faktor harga terdapat keluhan mengenai adanya beberapa harga barang yang dijual oleh Pendawa *Mini Market* lebih mahal jika dibandingkan dengan *mini market* lain yang ada di Desa Bajera.

Dari latar belakang di atas, ditemukan bahwa konsumen mengalami ketidakpuasan dalam melakukan transaksi sehingga terdapat masalah tentang bagaimanakah kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* dan berapa besar pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini*

Market di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011. Tujuan dalam penelitian ini, adalah memperoleh temuan deskriptif tentang tingkat kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011, dan pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011.

Berdasarkan masalah dan tujuan yang ingin diperoleh, maka rencana pemecahan masalahnya berupa upaya meningkatkan kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* dengan memperhatikan besarnya pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen dengan menurunkan keluhan masalah pada Produk, harga barang, dan pelayanan pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011.

METODE

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kausalitas, penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan tingkat kepuasan konsumen berbelanja pada Pendawa *Mini Market*. Penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang bertujuan untuk menentukan hubungan dan pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Rancangan penelitian kausalitas ini digunakan untuk menjawab permasalahan mengenai pengaruh faktor-faktor kepuasan yang terdiri dari produk, harga, dan pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen melalui penilaian faktor-faktor kepuasan konsumen. Adapun variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah faktor-faktor kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, dan pelayanan yang merupakan variabel bebas (X), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab berubahnya variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah tingkat kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* (Y).

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang kurang puas berbelanja pada Pendawa Mini Market yang berasal dari Desa Bajera, sedangkan objek dari penelitian ini adalah faktor-faktor kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, dan pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Pendawa Mini Market di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Desa Bajera yang kurang puas berbelanja pada Pendawa Mini Market yang berjumlah 150 Orang. Sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang kurang puas terhadap faktor-faktor kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, dan pelayanan ketika berbelanja pada Pendawa Mini Market yang berasal dari Desa Bajera. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *stratified purposive random sampling* yaitu penggabungan antara teknik penentuan sampel secara stratifikasi, random, dan sampel pertimbangan hal ini dilakukan karena adanya sampel berstrata yaitu konsumen yang berasal dari Desa Bajera yang digolongkan berdasarkan jenis pekerjaannya yang akan dijadikan subjek penelitian, dan setiap sampel memiliki hak yang sama. Menentukan jumlah sampel dari populasi maka digunakan rumus Slovin, sedangkan pengambilan sampel secara bertingkat, memakai rumus alokasi proportional. Menghindari adanya sampel yang *drop out* dari penelitian, maka besarnya sampel ditambah 20 % (Dunia, 2006), maka sampel penelitian menjadi 72 orang.

Jenis data dalam penelitian ini berdasarkan sifatnya, termasuk jenis data kuantitatif. Data ini dapat dihitung dan berupa angka-angka seperti jumlah konsumen yang kurang puas terhadap faktor-faktor kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, dan pelayanan Pendawa Mini Market yang berasal dari Desa Bajera. Jumlah pendapatan Pendawa Mini Market, dan skor jawaban responden mengenai harapan dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen yang berbelanja pada Pendawa Mini Market yang berasal

dari Desa Bajera. Jenis data berdasarkan sumbernya, yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis data primer. Data ini dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya seperti jumlah konsumen yang berasal dari Desa Bajera yang kurang puas terhadap faktor-faktor kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, dan pelayanan, serta jumlah pendapatan Pendawa Mini Market selama bulan Desember 2011.

Metode kuesioner, merupakan metode utama dalam penelitian ini kuesioner yang akan disebarakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tentang harapan konsumen dan tentang kepuasan konsumen, yang ditujukan kepada konsumen yang kurang puas berbelanja pada Pendawa Mini Market yang berasal dari Desa Bajera, dengan tujuan untuk memperoleh data tentang penilaian faktor kepuasan melalui faktor-faktor kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, dan pelayanan ketika berbelanja pada Pendawa Mini Market. Metode dokumentasi merupakan metode pelengkap yang menggunakan dokumen atau catatan yang berhubungan dengan penelitian, yang bersifat melengkapi data-data yang telah ada.

Kuesioner yang digunakan menggunakan model skala Likert dengan skala 1-5, kuesioner ini digunakan untuk mencari data tentang harapan konsumen dan kepuasan konsumen. Pengujian Validitas Instrumen menggunakan Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *koefisien korelasi product Moment Pearson* yang diolah menggunakan bantuan program *SPSS For Windows 16.0*. Instrumen tersebut dikatakan valid dan merupakan konstruk yang kuat, bila korelasi tiap item pertanyaan dari kuesioner tersebut positif dan besarnya 0,300 ke atas (Sugiyono, 2004: 109). Menurut Husein umar (2003), apabila instrumen menggunakan skala likert untuk menguji reliabilitasnya dapat menggunakan koefisien alpha rumus alpha cronbach, instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai alpha lebih besar dari 0,60

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis

deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan tingkat kepuasan konsumen pada Pendawa Mini Market. Adapun langkah-langkah yang ditempuh untuk melakukan analisis deskriptif yaitu menentukan skor tertinggi dan terendah dari seluruh alternatif jawaban, kemudian menentukan interval rentang. Metode yang digunakan untuk analisis kuantitatif yaitu analisis regresi sederhana dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan data dari 60 orang responden mengenai harapan dan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kinerja pada Pendawa Mini Market, maka diperoleh hasil skoring baik secara total maupun perdimensi sebagai berikut.

Tabel 01. Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harapan Konsumen

No	Dimensi	Skor	Kategori
1	Produk	281	Sangat Penting
2	Harga	278	Sangat Penting
3	Pelayanan	1.660	Sangat Penting
Total		2.219	Sangat Penting

Sumber: responden

Berdasarkan hasil skoring pada Tabel 01 tentang Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harapan Konsumen, menunjukkan skor harapan konsumen pada Pendawa Mini Market baik secara total maupun perdimensinya berada dalam kategori sangat penting, dengan nilai harapan konsumen secara total sebesar 2.219, skor atau nilai harapan konsumen ini berada pada rentang 2.016-2.400. Begitu juga jika dilihat perdimensi pada dimensi produk dengan skor 281, dan pada dimensi harga dengan skor 278, dimensi ini berada pada rentang 252-300. Pada dimensi pelayanan memiliki skor 1.660, yang berada pada rentang 1512-1800.

Tabel 02 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kinerja

No	Dimensi	Skor	Kategori
1	Produk	117	Kurang Puas
2	Harga	108	Kurang Puas
3	Pelayanan	698	Kurang Puas
Total		923	Kurang Puas

Sumber: responden

Berdasarkan hasil skoring pada Tabel 02 tentang kepuasan konsumen berdasarkan kinerja, menunjukkan skor kepuasan konsumen berdasarkan kinerja pada Pendawa Mini Market baik secara total maupun perdimensinya berada dalam kategori kurang puas, dengan nilai total sebesar 923, dan berada pada rentang skor 861-1245. Begitu juga jika dilihat perdimensi, pada dimensi produk dengan skor 117, dan dimensi harga dengan skor 108, dimensi ini berada pada rentang 252-300. Pada dimensi pelayanan memiliki skor 698, yang berada pada rentang 645-933.

Tabel 03 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Selisih antara Kinerja dan Harapan

No	Dimensi	Skor	Kategori
1	Produk	-164	Kurang puas
2	Harga	-170	Kurang Puas
3	Pelayanan	-962	Kurang Puas
Total		-1.296	Kurang Puas

Sumber: responden

Tabel 03 merupakan tabel yang menunjukkan kepuasan konsumen yang diperoleh dari *Gap* (selisih) antara skor kepuasan konsumen berdasarkan kinerja dikurangi dengan skor harapan konsumen. Berdasarkan perhitungan tersebut maka diperoleh skor total maupun perdimensi kepuasan konsumen pada Pendawa Mini Market dalam kategori kurang puas, dengan skor -1.296, yang berada pada rentangan -1.155-(-1.539). Begitu juga jika dilihat perdimensi, pada dimensi produk dengan skor -164, dan dimensi harga dengan skor -170, dimensi ini berada pada rentang -147-(-195). Pada dimensi pelayanan memiliki skor -962, yang berada pada rentang -867-(-1155).

Penelitian ini mempergunakan dua variabel yaitu variabel X yang terdiri dari faktor Produk, Harga, dan Pelayanan. Serta Variabel Y yang merupakan Kepuasan Konsumen. Dari Penelitian ini diperoleh persamaan untuk pengaruh faktor produk, harga, dan Pelayanan yaitu

$$Y = -36,873 + 0,993X, \quad (1)$$

Dari persamaan regresi linear sederhana untuk pengaruh faktor kepuasan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yaitu $Y = -36,873 + 0,993X$, diperoleh penjelasan apabila variabel bebas faktor kepuasan konsumen sama dengan nol, maka variabel terikat kepuasan konsumen akan sama dengan nilai konstanta, yaitu -36,873. Sedangkan apabila variabel bebas kepuasan konsumen naik sebesar satu satuan akan mengakibatkan naiknya variabel terikat kepuasan konsumen sebesar koefisien regresi 0,993 satuan sehingga nilai Y menjadi -35,88. Nilai koefisien regresi positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara faktor kepuasan konsumen dengan kepuasan konsumen. Tanda positif menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) satu skor atau nilai faktor kepuasan konsumen akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,993.

Berdasarkan tabel *Correlations* diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,789 dan nilai R Square sebesar 0,622, kemudian dari nilai tersebut dapat ditentukan nilai determinasi. Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase besarnya pengaruh variabel yang diteliti yaitu variabel bebas faktor kepuasan konsumen (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang dilambangkan dengan R square memiliki nilai sebesar 0,622, atau 62,2%. Nilai angka 62,2 % memiliki arti besarnya persentase kontribusi faktor kepuasan yang terdiri dari faktor produk, faktor harga, dan faktor pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya 37,8% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar variabel penelitian.. R square, berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan catatan semakin kecil angka R square, semakin lemah pula hubungan variabel tersebut. Jadi, faktor kepuasan

konsumen yang terdiri dari faktor produk, faktor Harga, dan Pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen kontribusinya sebesar 62,2%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen pada Pendawa Mini Market di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011, dalam tabel 01 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harapan Konsumen diperoleh bahwa secara total maupun perdimensinya harapan konsumen berada pada kategori sangat penting dengan skor total 2.219. Sedangkan untuk perdimensinya faktor produk berada pada skor 281, pada faktor harga berada pada skor 278, sedangkan pada faktor pelayanan berada pada skor 1.660. Ini artinya, harapan konsumen akan diperhatikannya faktor –faktor kepuasan konsumen seperti produk, harga, dan pelayanan berada pada kategori sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak Pendawa Mini Market dalam rangka memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi sehingga mampu memberikan kepuasan optimal seperti yang diharapkan konsumen selama ini.

Berdasarkan tabel 02 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kinerja, diperoleh bahwa secara total kepuasan konsumen berdasarkan kinerja sehari-hari mini market di lapangan menunjukkan kategori kurang puas dengan skor total 923, sedangkan skor untuk masing-masing dimensi seperti faktor Produk dengan skor 117, kemudian faktor harga dengan skor 108, dan faktor pelayanan dengan skor 698. Hal ini berarti, konsumen merasa kurang puas dengan kinerja mini market sehari-harinya, hal ini dikarenakan pihak Mini Market kurang mau memperhatikan harapan ataupun keinginan dari pihak pembeli, dan cenderung hanya bersifat pasif dalam menanggapi keluhan konsumen yang ada sehingga konsumen merasa kurang puas atau kecewa terhadap kinerja Pendawa Mini Market tersebut.

Hasil penelitian dalam tabel 03 Kepuasan Konsumen berdasarkan Selisih antara Kinerja dengan Harapan, menunjukkan kepuasan konsumen yang

merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil. Dalam tabel tersebut diperoleh secara total maupun perdimensi kepuasan konsumen berbelanja pada Pendawa Mini Market berada pada kategori kurang puas dengan skor total -1296, dengan penjelasan perdimensinya pada faktor produk diperoleh skor -164, pada faktor harga diperoleh skor -170, dan yang terakhir dari faktor pelayanan diperoleh skor -962.

Tanda minus (-) dalam skor, mengidentifikasi bahwa kinerja dari Pendawa Mini Market berada dibawah harapan dari konsumennya. Ini berarti, antara pihak konsumen dengan pengelola Mini Market terjadi perbedaan persepsi dalam melakukan kegiatan perdagangan. konsumen mengharapkan pihak Mini Market memperhatikan keluhan mereka terhadap faktor kepuasan seperti Produk, harga, dan pelayanan, namun pada kenyataan di lapangan kinerja Pendawa Mini Market tidak menunjukkan adanya perhatian terhadap keluhan tersebut sehingga mengakibatkan *gap* (kesenjangan) antara harapan dan kinerja yang menunjukkan hasil kurang puasnya konsumen terhadap pihak Pendawa Mini Market.

Hasil penelitian menunjukkan R square yang bisa juga disebut koefisien determinasi memiliki nilai sebesar 0,622 atau 62,2 % yang artinya faktor kepuasan pada Pendawa Mini Market seperti faktor produk, faktor harga, dan faktor pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Pendawa Mini Market sebesar 62,2 %, sedangkan sisanya sebesar 37,8 % kepuasan konsumen berbelanja pada Pendawa Mini Market dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Melihat besarnya pengaruh faktor kepuasan tersebut hal ini berarti Pihak Pendawa Mini Market untuk mencapai tujuannya memperoleh laba yang maksimal dan mampu bertahan serta bersaing dari banyaknya persaingan mini market yang ada di Desa Bajera terlebih dahulu harus memperhatikan dan menciptakan kenyamanan dalam bertransaksi kepada

konsumennya sehingga nantinya akan mampu tercipta kepuasan yang optimal.

Hal ini sesuai dengan teori faktor kepuasan menurut Lupiyoadi tahun 2001, yang menyatakan faktor kepuasan adalah faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Berdasarkan dari teori tersebut faktor kepuasan yang diteliti dalam penelitian ini yaitu faktor produk, faktor harga, dan faktor pelayanan memang benar berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desak Eka Putu Risnayani yang dalam penelitiannya menunjukkan terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, kelengkapan fisik, dan proses. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara faktor-faktor kepuasan dengan tingkat kepuasan konsumen berbelanja yang ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 93,8%. Besarnya pengaruh tersebut menyatakan bahwa faktor kepuasan memang benar memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Kepuasan konsumen pada Pendawa Mini Market di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011 berada pada kategori kurang puas, dengan skor total berjumlah -1.296, yang berada pada rentang -1.155- (-1.539). Nilai ini diperoleh dari *Gap*(selisih) antara nilai total kepuasan konsumen berdasarkan kinerja dan nilai harapan konsumen yang dirasakan. Nilai total kepuasan konsumen berdasarkan kinerja sebesar 923, yang berada pada kategori kurang puas, dengan rentang 861-1.245. sedangkan nilai total harapan konsumen yang dirasakan berjumlah 2.219, dengan kategori sangat penting, yang berada pada rentang 2.016-2.400. Besarnya pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen pada Pendawa *Mini Market* di Desa Bajera, Kecamatan Selemadeg, Kabupaten Tabanan, Tahun 2011 adalah sebesar 62,2%. Sedangkan sisanya sebesar 37,8%

ditentukan oleh variabel lain, dengan persamaan regresi $Y = -36,873 + 0,993X$.

Saran ini ditujukan kepada Pimpinan Pendawa Mini Market dengan tujuan meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja pada Pendawa Mini Market melalui menyediakan produk yang lengkap dan berkualitas, salah satunya seperti menyediakan susu bayi yang tidak hanya terdiri dari 4 merek susu saja padahal konsumen banyak yang mencari merek susu di luar produk yang dijual sehingga membuat konsumen menjadi bolak balik berbelanja dan merasa kurang puas, menentukan harga produk yang dijual pada Pendawa *mini market* agar lebih bersaing dengan *mini market* yang ada di Desa Bajera, menyediakan label harga pada rak barang atau bungkus produk untuk mempermudah pengetahuan harga para konsumen terhadap suatu produk yang ingin dibeli pada Pendawa *mini market* sehingga mereka tidak memiliki keraguan dalam berbelanja, melakukan penataan produk yang lebih rapi dan teratur untuk mempercantik tampilan dalam ruangan Pendawa *mini market* dan sekaligus mampu mempermudah para konsumen dalam mencari produk yang mereka butuhkan seperti membuatkan blok khusus untuk makanan, minuman, susu, dan kosmetik supaya tidak berbaur menjadi satu. Menjaga kebersihan dan kerapian produk yang di jual sehingga konsumen menjadi lebih nyaman berbelanja pada Pendawa *mini market* seperti membersihkan kemasan produk yang masih berdebu, menjaga bentuk kemasan agar tetap rapi tidak ada yang rusak ataupun bocor. Menyediakan tempat parkir yang lebih luas agar para konsumen tidak bingung menaruh kendaraan yang mereka bawa ketika berbelanja di Pendawa *mini*

DAFTAR RUJUKAN

Dunia, I Ketut. 2006. *Penggunaan Gereja (Tangga) Dapat Menurunkan Keluhan Otot Skeletal dan Meningkatkan Produktivitas Kerja Pemetik Jeruk Di Desa Belanga Kecamatan Kintamani*. Tesis (tidak diterbitkan). Jurusan Fisiologi Kerja, Universitas Udayana Denpasar

market seperti salah satunya dengan tidak menjadikan lahan parkir sebagai tempat menaruh barang dagangan, selain menyebabkan fungsi lahan parkir berkurang juga membuat kesan berantakan pada penampilan luar Pendawa *mini market*. Menjaga penampilan gedung agar lebih mencirikan sebuah *mini market* dengan tidak menaruh kardus-kardus barang yang kosong di depan bangunan Pendawa *mini market*, meningkatkan kecepatan dan ketanggapan dalam melayani konsumen seperti menyediakan tempat tersendiri bagi kasir 1 dan 2 secara terpisah agar para konsumen yang dilayani tidak menjadi berdesak-desakan dan tidak bisa menaruh barang yang ingin di bayar di meja kasir karena adanya pembeli lain yang berbelanja terlalu banyak.

Melihat besarnya pengaruh faktor kepuasan terhadap kepuasan konsumen, diharapkan kepada pihak Pendawa *Mini market* untuk lebih memperhatikan faktor-faktor kepuasan konsumen untuk menciptakan konsumen yang puas berbelanja pada Pendawa *Mini Market* dengan cara Pimpinan Pendawa *Mini Market* dengan menyediakan Buku Tamu yang ditujukan kepada konsumen Pendawa *Mini Market* agar dapat memberikan penilaian terhadap *Mini Market* tersebut mengenai ketidakpuasan konsumen dalam melakukan transaksi, sehingga akan lebih cepat ditangani. Memberikan hadiah kepada konsumen yang paling banyak berbelanja melalui penghitungan point atau kupon belanja sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan transaksi pada Pendawa *Mini Market*.

Eka Risnayani, Desak Putu. 2009. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Mini Market Cahaya Baru Penarukan Kecamatan Buleleng Tahun 2009*. Skripsi (tidak diterbitkan). Jurusan Pendidikan Ekonomi, FIS Undiksha.

- J, Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta, PT. Rineka Cipta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran-Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga
- , 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta, Prehallindo
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, Jaumala. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Bebek Merek Yamaha Di Kota Semarang Tahun 2011*. Skripsi (tidak diterbitkan). Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- , 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. 2 ed. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.