

COMPARISON OF THE QUALITY OF INDOMARET, ALFAMART AND SELF-SERVICE SERVICES TO CUSTOMER SATISFACTION IN THE SUB-DISTRIC TAMPAN PEKANBARU

Meldawati¹, Suarman², RM Riadi³

Email : meldawati82@yahoo.co.id¹, suarman@lecturer.unri.co.id², rm_riadi@yahoo.com³

Phone Number: 082383671807

*Study Program Economic Education
Faculty of Teachers Training and Education
Riau University*

Abstract: *The study aims to compare the quality of Indomaret, Alfamart and Self-service services to customer satisfaction in the Sub-district Tampan Pekanbaru. This research was conducted on Indomaret, Alfamart and Self-service on the road Suka Karya Sub-district Tampan with 90 research samples obtained using accidental sampling. The data used are primary data and secondary data with methods of collecting data using questionnaires and observations. The technical analysis of the data used is the analysis of the validity test, reliability test, normality test and partial difference test (independent sample t test). The results of this study indicate that from the results of different tests for level of Indomaret, Alfamart and Self-service in the Sub-district Tampan Pekanbaru there are significant differences in the quality of service to Indomaret, Alfamart and Self-Service in Sub-district Tampan Pekanbaru. From the results of the study it was found that Indomaret had better service than Alfamart and Self-service in Sub-district Tampan Pekanbaru.*

Key Words : *Service Quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy), Customer Satisfactio*

PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN INDOMARET, ALFAMART DAN SWALAYAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU

Meldawati¹, Suarman², RM Riadi³

Email : meldawati82@yahoo.co.id¹, suarman@lecturer.unri.co.id², rm_riadi@yahoo.com³

Phone Number: 082383671807

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan Indomaret, Alfamart dan Swalayan terhadap kepuasan konsumen di Kecamatan Tampan Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada Indomaret, Alfamart, Swalayan di jalan suka karya Kecamatan Tampan dengan 90 sampel penelitian yang diperoleh menggunakan Accidental Sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknis analisis data yang digunakan adalah Analisis Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Homogenitas dan Uji Beda Secara Parsial (Independent Sample T Test). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil uji beda untuk tingkat pelayanan Indomaret, Alfamart dan swalayan di Kecamatan Tampan Pekanbaru terdapat perbedaan signifikan kualitas pelayanan terhadap konsumen Indomaret, Alfamart dan swalayan di Kecamatan Tampan Pekanbaru. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Indomaret yang memiliki pelayanan yang lebih baik dari Alfamart dan swalayan di Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati), Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Kualitas pelayanan yang baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih pasar. Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan berdampak pada kepuasan konsumen pada penyedia jasa tersebut. Menurut Rangkuti (2010), adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yang mencakup harapan tentang keberwujudan/bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk memuaskan konsumen merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih perusahaan industri. Banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat konsumen, sehingga konsumen cenderung akan melakukan aktivitas membeli produk tersebut. Oleh karena itu setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan produk dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi. Hal tersebut menuntut perusahaan-perusahaan untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan bersaing dalam melayani konsumen. Usaha menciptakan dan mempertahankan konsumen hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Strategi yang tepat dapat menarik konsumen hendaknya disusun secara cermat, agar konsumen mau membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Lebih dari itu dengan segala kiatnya perusahaan juga harus berupaya agar konsumen dapat menjadi setia terhadap produk tersebut.

Setiap perusahaan dituntut untuk membuat konsumen merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Menurut Sunyoto (2013), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada konsumen. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para konsumennya di satu sisi dan kemampuan menghasilkan laba di sisi lainnya. Tidak mungkin perusahaan mampu memuaskan kebutuhan konsumennya, namun tidak mampu menghasilkan laba, akan tetapi eksis dan makin berkembang. Kedua hal tersebut harus dicapai secara stimulan, dan ini disadari oleh manajemen setiap perusahaan.

Upaya-upaya yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai strategi dan berbagai cara dengan harapan agar konsumen merasa puas dan selanjutnya mau untuk datang kembali. Apabila konsumen telah berubah menjadi konsumen yang royal karena merasa puas kebutuhannya telah terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain.

Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat perbelanjaan modern yang salah satunya di Indomaret, Alfamart dan Swalayan yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Misalnya kelengkapan barang, produk-produk pilihan, kebersihan, keamanan, harga, kualitas dan lain sebagainya. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus merupakan misi utama bagi sebuah swalayan dimana kepuasan konsumen menjadi sorotan utama bagi banyak perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan. Salah satu kegiatan yang pesat perkembangannya yaitu membuka usaha retail/minimarket, berikut ini jumlah perusahaan retail di Indonesia :

Tabel 1. Nama dan Jumlah Perusahaan Retail di Indonesia
Tahun 2017

No.	Nama Perusahaan Retail	Jumlah Retail	
		Sept 2016	Des 2016
1.	Alfamart	11.248	11.359
2.	Alfa Midi	1.027	1.070
3.	Lawson	38	38
4.	Dan Dan	81	97
5.	Circle K	446	440
6.	Indomaret	12.149	10.570
7.	Stramart	84	85
8.	Foodmart	70	71
9.	Ramayana	101	100
10.	Ranch Market	12	12
11.	Farmars Market	15	14
12.	Super Indo	128	130
13.	Giant Express	119	119
14.	Hero	34	34
15.	Hypermart	112	113
16.	Lotte Mart Hypermart	14	14
17.	Giant Ekstra	53	54
18.	Guardian	318	300
19.	Boston	108	105
20.	Watsons	46	46

Sumber : AC Nielsen Audit Report, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah gerai yang dimiliki perusahaan retail di Indonesia dalam kurun tahun 2017. Jumlah gerai terbanyak adalah Indomaret dan Alfamart. Perusahaan retail di Indonesia yang paling banyak mempunyai gerai adalah Indomaret dan Alfamart. Tak bisa dipungkiri saat sekarang ini semakin banyak minimarket atau pusat perbelanjaan ritail khususnya untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, air mineral, susu, minyak goreng, dan lain-lain.

Dalam era globalisasi dan di tengah situasi serta kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan harus merenungkan kembali prinsip-prinsip dasar perusahaannya salah satunya memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Menurut Moenir (2009) Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang

lain yang langsung. Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*intangible*). Pelayanan adalah merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk yang berupa pelayanan, yang kemudian diberikan kepada konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka diharapkan konsumen akan merasa puas dengan pelayanan tersebut, karena sudah membantu melancarkan kegiatan usahanya. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan serangkaian kegiatan penelitian dengan judul :“Perbandingan Kualitas Pelayanan Indomaret, Alfamart Dan Swalayan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kecamatan Tampan Pekanbaru”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada gerai Indomaret, Alfamart dan swalayan di jalan Suka karya di Kecamatan Tampan Pekanbaru. Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2017 selama 2 bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Indomaret, Alfamart dan Swalayan Kecamatan Tampan dalam tahun 2018. Sedangkan untuk keperluan sampel diambil 30 responden dari masing-masing tempat yakni di Indomaret, Alfamart dan Swalayan Kecamatan Tampan. Pengambilan sampel dilakukan pada konsumen yang berbelanja di Indomaret Kecamatan Tampan Pekanbaru dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan data menggunakan teknik kuesioner dan observasi. Data dianalisis dengan Uji Beda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

a. Tangible (Berwujud)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian yaitu Tangible (Berwujud), maka didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan jawaban responden mengatakan kualitas pelayanan pada tangible (berwujud) sangat baik. Kemudian dari ketiga lembaga tersebut (Indomaret, Alfamart dan Swalayan) maka Indomaret adalah lembaga yang paling unggul dalam memenuhi bukti fisik untuk kepuasan konsumen.

b. Reliability (Kehandalan)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian yaitu Reliability (Kehandalan), maka didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan jawaban responden mengatakan kualitas pelayanan pada reliability (kehandalan) sangat baik. Kemudian dari ketiga lembaga tersebut (Indomaret, Alfamart dan Swalayan) maka Alfamart adalah lembaga yang paling unggul dalam memenuhi kehandalan untuk kepuasan konsumen.

c. Responsivenes (Ketanggapan)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian yaitu Responsivenes (Ketanggapan), maka didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan jawaban responden mengatakan kualitas pelayanan pada responsivenes (ketanggapan) sangat baik. Kemudian dari ketiga lembaga tersebut (Indomaret, Alfamart dan Swalayan) maka Indomaret adalah lembaga yang paling unggul dalam memenuhi ketanggapan untuk kepuasan konsumen.

d. Assurance (Jaminan)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian yaitu Assurances (Jaminan), maka didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan jawaban responden mengatakan kualitas pelayanan pada assurances (jaminan) sangat baik. Kemudian dari ketiga lembaga tersebut (Indomaret, Alfamart dan Swalayan) maka Indomaret adalah lembaga yang paling unggul dalam memenuhi jaminan untuk kepuasan konsumen.

e. Empaty

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian yaitu Empaty, maka didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan jawaban responden mengatakan kualitas pelayanan pada empathy sangat baik. Kemudian dari ketiga lembaga tersebut (Indomaret, Alfamart dan Swalayan) maka Indomaret adalah lembaga yang paling unggul dalam memenuhi empathy untuk kepuasan konsumen.

2. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
Tests of Normality

Perusahaan	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KualitasP elayanan Indomaret	.145	30	.110	.967	30	.461
Alfamart	.111	30	.200 *	.967	30	.473
Swalayan	.103	30	.200 *	.975	30	.687

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 2 diketahui Uji normalitas menggunakan uji Shapiro Wilk karena sampel < 50 . Dari uji tersebut diperoleh nilai signifikansi masing-masing sampel sebesar 0,461; 0,473 dan 0,687 $> 0,05$. Artinya adalah bahwa data penelitian berdistribusi normal.

3. Uji Homogenitas

Tabel 3 Hasil Uji Homogenitas
Test of Homogeneity of Variance

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
KualitasP Based on Mean	2.009	2	87	.140
elayanan Based on Median	1.511	2	87	.226
Based on Median and with adjusted df	1.511	2	70.893	.228
Based on trimmed mean	1.909	2	87	.154

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi based on mean sebesar 0,140 > 0,05. Artinya adalah bahwa data penelitian adalah homogen.

4. Uji Beda Secara Parsial (Independent Sample T Test)

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara dua kelompok data. Berikut adalah hasil uji parsial (uji t) :

a. Perbedaan Kualitas Pelayanan Antara Indomaret Dengan Alfamart

Tabel 4. Group Statistics

	Perusahaan	N	Mean	t _{hitung}	Sig.
KualitasPela	Indomaret	30	74,23	0,146	0,884
ayanan	Alfamart	30	74,03		

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} sebesar 0,146 dengan signifikansi sebesar 0,884. Nilai t_{tabel} dengan $df = \text{jumlah data} - 2$ atau $90 - 2 = 58$ dengan $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$. Diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,002. Dengan demikian diperoleh t_{hitung} (0,146) < t_{tabel} (2,002) dan signifikan (0,884) > α (0,05). Artinya tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara perusahaan Indomaret, dengan, Alfamart.

b. Perbedaan Kualitas Pelayanan Antara Indomaret Dengan Swalayan

Tabel 5. Group Statistics

	Perusahaan	N	Mean	t _{hitung}	Sig.
KualitasPela	Indomaret	30	74,23	2,865	0,006
ayanan	Swalayan	30	69,93		

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} sebesar 2,865 dengan signifikansi sebesar 0,006. Nilai t_{table} dengan $df = \text{jumlah data} - 2$ atau $90 - 2 = 58$ dengan $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$. Diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,002. Dengan demikian diperoleh $t_{hitung} (2,865) > t_{tabel} (2,002)$ dan signifikan $(0,006) < \alpha (0,05)$. Artinya terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara perusahaan Indomaret dengan Swalayan.

c. Perbedaan Kualitas Pelayanan Antara Alfamart Dengan Swalayan

Tabel 6. Group Statistics

	Perusahaan	N	Mean	t_{hitung}	Sig.
KualitasPelayanan	Alfamart	30	74,03	3,333	0,002
	Swalayan	30	69,93		

Sumber : Olahan Data Primer, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai t_{hitung} sebesar 3,333 dengan signifikansi sebesar 0,002. Nilai t_{table} dengan $df = \text{jumlah data} - 2$ atau $90 - 2 = 58$ dengan $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$. Diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,002. Dengan demikian diperoleh $t_{hitung} (3,333) > t_{tabel} (2,002)$ dan signifikan $(0,002) < \alpha (0,05)$. Artinya terdapat perbedaan kualitas pelayanan antara perusahaan Alfamart dengan Swalayan.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan memenuhi kebutuhan konsumen pada Indomaret, Alfamart dan Swalayan di Kecamatan Tampan Pekanbaru kebanyakan responden menyatakan setuju bahwa kualitas layanan pada Indomaret, Alfamart dan Swalayan di Kecamatan Tampan Pekanbaru baik.
2. Dari hasil uji beda untuk tingkat pelayanan Indomaret, Alfamart dan swalayan di Kecamatan Tampan Pekanbaru. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat perbedaan signifikan kualitas pelayanan terhadap konsumen Indomaret, Alfamart dan swalayandi Kecamatan Tampan Pekanbaru. Dari hasil penelitian diketahui bahwa Indomaret yang memiliki pelayanan yang lebih baik dari Alfamart dan swalayan di Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Rekomendasi

Dari hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengatasi persaingan yang terjadi saat ini, haruslah meningkatkan kualitas pelayanannya kepada konsumen. Karena jika dilihat dari segi kelengkapan produk, Indomaret, Alfamart dan swalayan ini hampir memiliki kesamaan. Maka oleh karena itu, kualitas pelayananlah yang dapat membedakannya.
2. Dalam hal pelayanan toko, Indomaret, Alfamart dan swalayan dapat meningkatkan pelayanannya dengan memberikan bantuan kepada konsumen ketika membutuhkan sesuatu sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi toko tersebut.
3. Bagi peneliti di masa akan datang disarankan untuk menggunakan variabel bebas lainnya, sehingga akan diperoleh informasi yang lebih lengkap dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Rangkuti, Fredy, 2009, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (nasabah) dan Analisis Kasus PLN – JP*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Umiyati dan Suyoto, 2005, Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Atas Pelayanan Minimarket Indomaret dan Alfamart di wilayah Dukuhwaluh, Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Purwokerto.