



Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Air Minum Isi Ulang Rava Water Di Kecamatan Percut Sei Tuan

Evi Syuriani Harahap

Akademi Informatika dan Komputer Medicom

Corresponding Author :  eviharahap21@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of customer service quality on customer satisfaction. This research is a type of descriptive research. The population of this research is the people who live in Dusun X Tembung Village, Percut Sei Tuan District. While taking samples in this study using Random Sampling Techniques (Random). The data analysis technique used in this study is the Validity Test, Reliability Test, Normality Test and One Sample T-Test. The calculation results show that from the test table for one of the samples above, it can be seen that the t-count value is 27.324. The value of df (degrees of freedom) is 0.000. Thus the alternative hypothesis (H1) which reads that consumer satisfaction is satisfied with the service quality of Rava Water Refill Drinking Water. is "accepted".

Keywords

Service Quality, Consumer Satisfaction



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

PENDAHULUAN

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk di dalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya.

Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Maka pada situasi seperti ini menuntut kejelian pihak perusahaan melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen membuat

perusahaan kewalahan dalam menyusun strategi untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yang diakibatkan kemajuan zaman. Dimana kepuasan konsumen sangat diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi perusahaan.

Keadaan pasar yang berlaku kini bukan lagi pasar penjual, tetapi menjadi pasar pembeli dimana penjual yang mencari pembeli. Konsumen dalam hal ini adalah raja yang harus dilayani dengan baik. Secara umum perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara strategi ofensif dan defensif. Dimana strategi ofensif perlu ditujukan untuk meraih atau memperoleh konsumen baru, sedangkan untuk meningkatkan pangsa pasar dan strategi defensif berusaha untuk mengurangi kemungkinan customer exit dan beralihnya konsumen dari perusahaan.

Kualitas pelayanan menjadi tuntutan penting dalam persaingan tingkat global, industri dan perusahaan. Tingkat kualitas dinilai berdasarkan sudut pandang konsumen. Untuk menciptakan kualitas layanan tinggi, perusahaan harus menawarkan layanan yang mampu diterima konsumen sesuai atau melebihi harapan konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik konsumen akan merasa puas dan akan terus melakukan pembelian ulang.

Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Lupiyoadi dan Hamdani (2008), mendefinisikan lima kualitas pelayanan, yaitu: (1) Tangibles atau bukti fisik yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya. (2) Reliability atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. (3) Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. (4) Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. (5) Empathy atau perhatian yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Dimensi-dimensi inilah yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, sehingga berbagai pengalaman yang dapat mengakibatkan kegagalan tidak akan terjadi. Mengingat untuk mendapatkan konsumen baru lebih besar biayanya, dibandingkan dengan pengorbanan dalam mempertahankan konsumen lama. Ini menjadi prioritas

utama yang perlu diperhatikan dalam menilai pentingnya kualitas pelayanan suatu perusahaan, adalah sejauh mana pelayanan itu dapat menciptakan tingkat kepuasan semaksimal mungkin bagi konsumen.

Peranan air minum isi ulang semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah air minum isi ulang dimana-mana. Maka persaingan sesama perusahaan air minum isi ulang semakin tajam. Peningkatan penduduk yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup memberikan lapangan pekerjaan atau bisnis baru. Salah satu contoh bisnis yang mempunyai prospek yang baik adalah bisnis dalam bidang penjualan air minum isi ulang.

Dalam perkembangan ekonomi khususnya saat ini di Kecamatan Percut Sei Tuan merupakan salah satu kecamatan terbesar di Kabupaten Deli Serdang yang mengalami perkembangan yang cukup pesat, apalagi jaraknya berbatasan langsung dengan Kota Medan, sehingga jumlah penduduk juga mengalami peningkatan. Dengan peningkatan jumlah penduduk, maka kebutuhan penduduk, baik itu kebutuhan pokok ataupun kebutuhan sekunder juga mengalami peningkatan.

Air minum merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhinya. Tanpa air tidak mungkin manusia bisa bertahan hidup. Untuk memenuhi kebutuhan air minum, banyak hal yang dapat dilakukan manusia, mulai dari memasak sendiri, membeli air kemasan dan membeli air isi ulang. Tetapi, dengan kesibukan manusia zaman sekarang banyak manusia yang mengkonsumsi air minum dengan membeli air isi ulang selain karena praktis harganya juga terjangkau.

Rava Water merupakan salah satu depot air minum isi ulang yang berada di Kecamatan Percut Sei Tuan yang telah berdiri sejak tahun 2010. Kepuasan konsumen menjadi focus penting yang harus diperhatikan pemilik depot air minum isi ulang Rava Water. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terdapat kepuasan konsumen pada depot air minum isi ulang Rava Water di Kecamatan Percut Sei Tuan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Air Minum Isi Ulang Rava Water di Kecamatan Percut Sei Tuan dari Bulan Oktober 2022 sampai Desember 2022.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif. Penelitian Deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan dan mendeskripsikan seberapa tinggi atau rendahnya variabel kepuasan konsumen tentang penggunaan kualitas pelayanan Air Minum Rava Water.

Adapun sumber data yang digunakan adalah observasi, kuesioner dan studi pustaka.

Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga yang tinggal di Dusun X Desa Tembung Kecamatan Percut Sei Tuan yang berjumlah 956 kepala keluarga.

Sampel

Sampel merupakan sejumlah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili dari seluruh populasi (Sugiyono, 2010). Teknik sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu penentuan sample secara acak sederhana yaitu memberikan kesempatan kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2005), antara lain:

$$\frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = nilai kritis (toleransi kesalahan 10%)

Berdasarkan rumus di atas maka sampel yang diperoleh yaitu:

$$\begin{aligned} & \frac{N}{1 + N(e^2)} \\ &= \frac{956}{1 + 956(0,1^2)} \\ &= \frac{956}{10,56} \\ &= 90,53 \text{ atau dibulatkan menjadi } 91 \text{ kepala keluarga} \end{aligned}$$

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner yang diperluaskan.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban responden. Sedangkan data sekunder diperoleh dari kepala dusun tentang jumlah kepala keluarga yang tinggal di Dusun X Desa Tembung Kecamatan Percut Sei Tuan.

Analisa Data

Keseluruhan data yang diperoleh dari angket yang diberikan peneliti kepada para responden selanjutnya dianalisis menggunakan program SPSS versi 20.

Uji Validitas dan Reliabilitas Angket

Uji Validitas Angket

Menurut Sugiyono (2014) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Standar validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,30 merujuk pada Sugiyono (2014).

Uji Reliabilitas Angket

Menurut Ghozali (2014) Reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan koisioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Sedangkan pernyataan yang dinyatakan valid jika memenuhi standar 0,60 (Sugiyono, 2014).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov, dalam pengujian Kolmogorov-Smirnov diasumsikan bahwa distribusi variabel yang diuji bersifat kontinu, oleh sebab itu data yang digunakan dalam uji ini tidak diukur dengan skala ordinal. Prinsip dari Uji Kolmogorov-Smirnov adalah menghitung selisih absolut antara fungsi peluang kumulatif sampel dan fungsi distribusi yang dihipotesiskan pada masing - masing interval kelas (Ghozali, 2014).

Uji Hipotesis

Uji t-Test One Sample

Uji parsial dengan t test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara individu (Parsial) terhadap variabel dependen. Pengujian t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel pada tingkat kepercayaan 95% atau ($p\text{-value} < 0,05$) maka H_a diterima, yang artinya variabel independen yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent.

Uji simultan dengan F test ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F table. Jika F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau

(p-value < 0,05) maka H_a diterima, yang artinya variabel independen yang diuji secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reabilitas Angket

Hasil Uji Validitas Angket

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20 dan disajikan dalam table berikut:

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,772	0,361	Valid
2	0,772	0,361	Valid
3	0,737	0,361	Valid
4	0,560	0,361	Valid
5	0,426	0,361	Valid
6	0,641	0,361	Valid
7	0,674	0,361	Valid
8	0,502	0,361	Valid
9	0,373	0,361	Valid
10	0,649	0,361	Valid
11	0,600	0,361	Valid
12	0,772	0,361	Valid
13	0,614	0,361	Valid
14	0,510	0,361	Valid
15	0,562	0,361	Valid
16	0,483	0,361	Valid
17	0,705	0,361	Valid
18	0,772	0,361	Valid
19	0,439	0,361	Valid
20	0,478	0,361	Valid
21	0,494	0,361	Valid
22	0,663	0,361	Valid
23	0,828	0,361	Valid
24	0,626	0,361	Valid
25	0,761	0,361	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 20

Setelah dilakukan uji validitas menggunakan SPSS 20, diperoleh nilai r_{hitung} setiap item pertanyaan lebih besar dari r_{tabel} ($> 0,361$) sehingga dapat ditarik kesimpulan seluruh item pertanyaan sudah valid.

Hasil Uji Reliabilitas Angket

Pengukuran reliabilitas suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach' Alfa $> 0,361$.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas Angket

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	25

Sumber : Pengolahan Data dengan Program SPSS 20

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada tabel 4.2 di atas diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,931. Nilai tersebut lebih besar dari r_{tabel} pada taraf signifikan 95% dengan Alpha 5% dan $N = 30$ yaitu 0,361. Angka ini menunjukkan bahwa angket ini terbukti reliabel untuk digunakan karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,931 > 0,361$).

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		91
	Mean	0E-7
Normal Parameters ^{a,b}	Std.	9,48234916
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,035
	Negative	-,091
Kolmogorov-Smirnov Z		1,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,171

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 20

Dari table di atas memperlihatkan bahwa nilai residual probabilitas (Asymp Sig 2-tailed) sebesar lebih besar dari nilai sig α ($0,171 > 0,05$). Hal ini berarti data penelitian terdistribusi secara normal.

Uji Hipotesis

Hasil Uji t-Test One Sample

Tabel 4.
One-Sample Test

	Test Value = 70					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Persepsi	27,324	149	,000	22,840	21,19	24,49

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS 20

Hasil perhitungan pada table *One-Sample Test* diketahui nilai t_{hitung} sebesar 27,324 dengan nilai df (*degree of freedom*) 149 yaitu sebesar 1,65514. Hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($27,324 < 1,65514$) dan nilai sig (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_1 yang berbunyi. Masyarakat mempunyai kepuasan konsumen yang puas terhadap kualitas pelayanan Air Minum Isi Ulang Rava Water diterima

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari persepsi mahasiswa mengenai transportasi online Gojek di Kota Medan diketahui bahwa masyarakat mempunyai kepuasan konsumen yang puas terhadap kualitas pelayanan Air Minum Isi Ulang Rava Water.

Saran yang bisa diberikan oleh peneliti untuk peneliti selanjutnya agar penelitian ini lebih sempurna, sebaiknya peneliti selanjutnya menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk analisisnya dan menambah sampel atau mengubah sampel penelitian. Sedangkan saran untuk Rava Water adalah agar lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanannya, agar masyarakat merasa puas mengkonsumsi air minum isi ulang Rava Water.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Aritonang, L.R. 2005. *Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand. Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gasperz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Hardiyati, Ratih. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: PT. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. Pelayanan Prima. Jakarta: Gramedia. dan Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan. Skripsi (dipublikasikan). Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Nasution, M. Nur. 2004. Manajemen Jasa Terpadu. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2010. Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono. Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. Service Quality Satisfaction. Yogyakarta: Andi. 2009. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husen. 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.