

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TATA BUSANA SCORPION BANJARBARU

Lisa Ariyanti¹, Akhmad Samhudi², Husnurrofiq³
Email : lisaariyanti@gmail.com

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru dan mengetahui seberapa besar pengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang di Tata Busana Scorpion Banjarbaru, dengan sampel sebanyak 37 responden.

Pengambilan sampel menggunakan teknik Non Probability Sampling. Teknik pengumpulan data dengan Kuesioner dan wawancara secara langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Tata Busana Scorpion Banjarbaru terhadap kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Sekarang dunia gaya semakin berkembang cukup pesat saat ini. Sejalan dengan perkembangan gaya dalam berpakaian di Indonesia sudah sangat berubah di banding pada era 90an, bisa dilihat dengan begitu cepatnya merek dan tren, gaya negara luar yang masuk keindonesia walaupun di Indonesia tetap harus mengetahui bagaimana cara berpakaian yang baik dan sopan.

Dari factor tersebut setelah di amati bahwa sebagian besar masyarakat menyadari akan tren masa kini, dengan banyaknya pusat perbelanjaan yang menjual dan mengiklankan berbagai macam gaya dalam berpakaian. Kesadaran terhadap sebuah penampilan dirasakan sangat penting bagi kaum wanita dan kaum pria.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing lain.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

Kepuasan pelangan dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan nilai kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas akan mendorong pelanggan untuk menjalain hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

Pelayanan pelanggan bukan hanya sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan mengenai satu produk atau jasa

yang tidak memuaskan mereka, namun lebih dari pemecahaan yang timbul setelah pembelian.

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui factor-faktor yang mempengaruhinya.

Salah satu factor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan memiliki pengukuran kualitas yang merupakan peranan penting untuk menjaga keberlangsungan sebuah industry.

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas seorang pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan sesuai tidaknya pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan, agar pelanggan tidak kecewa dengan kualitas pelayanan yang di berikan harus jauh lebih baik dari kualitas yang di harapkan oleh para pelanggan.

Cepatnya perkembangan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan harus di jalani seiring berkembangnya pengetahuan, selera dan kebutuhn masyarakat sebagai pelanggan dari yang di sediakan oleh perusahaan Masyarakat Indonesia terutama banjarbaru sekarang ini sudah sangat menyadari perubahan dari sebuah penampilan, karena penampilan dalam berpakaian dapat membuat seseorang sadar dan dapat menilai kepribadian seseorang tersebut dari apa yang di pakainya.

Melihat situasi dan kondisi dapat dilihat perubahan gaya pakaian dari anak-anak, remaja hingga dewasa terutama di daerah Banjarbaru sudah banyak butik yang tersebar menjual berbagai macam model pakaian dari anak-anak, remaja hingga kalangan dewasa.

Dalam penelitian ini, yaitu, sebagai lembaga jasa pelayanan yang memiliki banyak pesaing adalah pelayanan yang diberikan, apakah sudah sesuai harapan pelanggan atau belum, oleh karena itu pihak perusahaan dituntut untuk selalu

menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk agar kepuasan pelanggan meningkat, pihak perusahaan perlu secara cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan produk yang kita berikan.

Menjalani hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan

agar pelayanan yang di berikan sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk kemudian di jadikan sebagai penelitian dengan judul “**Analisis Pagaruh Kualitas Perlayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tata Busana Scorpion**”

METODE PENELITIAN

1) Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dan akan menggunakan prosedur penelitian dan menghasilkan data berupa hasil wawancara yang akan menjadi deskriptif dari ucapan maupun tulisan dan perilaku objek itu sendiri. Penelitian jenis kualitatif lebih menekankan kepada data yang berupa kata dari narasumber terkait dan tentunya tidak ada berhubungan dengan angka.

Penelitian ini adalah tergolong penelitian deskriptif analisis yaitu penelitian yang mencoba menggambarkan suatu peristiwa sebagaimana adanya kemudian didiskripsikan secara rinci. Dikaji melalui pendekatan teoritis untuk mengungkap permasalahan yang terjadi dan sekaligus membuka solusinya.

2) Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah tata busana scorpion banjarbaru yang berlokasi di loktabat

3) Populasi simple

Pelanggan yang sering datang ke tata busana scorpion kota banjarbaru

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang penulis dapat selama penelitian pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru berikut adalah data berdasarkan umur pelanggan.

Tabel 1

	Umur	Jumlah
1	17 Tahun	2
2	20-30 Tahun	17
3	30-40 tahun	15

Berikut adalah data yang didapat selama penelitian pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru berdasarkan puas atau tidaknya akan hasil barang.

Tabel 2

N o	Pua s / tida k	Juml ah
1	Pua s	33 Oran g
2	Tida k	4 Oran g

Berikut adalah data yang didapat selama penelitian pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru berdasarkan pendidikan pelanggan.

Tabel 3

N o	Pendi dikan	Jum lah
1	SMA	5

2	S1	21
3	S2	11

Berikut adalah data yang didapatkan selama penelitian pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Perempuan	25 Orang
2	Laki-Laki	2 Orang

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis peroleh, dapat diketahui bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan kualitas dan pelayanan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru karena harga yang sesuai dengan kualitas.

PEMBAHASAN

1) Bukti langsung (*Tangible*) dari Tata Busana Scorpion Banjarbaru meliputi: fasilitas fisik, perlengkapan (komunikasi) kerapian tata letak ruangan dan lingkungannya. Indikator dari bukti tersebut meliputi penampilan tempat usaha, penampilan tata ruang, dan sarana komunikasi. Pelanggan merasa sangat puas akan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru.

Menurut Parasuraman, (2006: 182) bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti langsung dari pelayanan yang diberikan pada pemberi jasa.

Dengan menggunakan analisis yang sama maka kepuasan pelanggan dan pelayanan Tata Busana Scorpion Banjarbaru bukti langsung pada setiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan sangat puas

dengan fasilitas fisik pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru.

Hasil penelitian kepuasan pelanggan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru, Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Tata Busana Scorpion Banjarbaru, dapat diketahui pelanggan merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dimiliki oleh Tata Busana Scorpion Banjarbaru. Sehingga bisa disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas akan indikator kualitas pelayanan yang diberikan.

2) Keandalan (*Reliability*) dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Keandalan dari perusahaan merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, tepat dan akurat. Indikator dari keandalan meliputi kecepatan pelayanan, dan ketepatan pelayanan transaksi.

Dengan menggunakan analisis yang sama maka kepuasan pelanggan mengenai kinerja Tata Busana Scorpion Banjarbaru faktor kendala setiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan merasa tidak puas dengan kualitas barang/jahitan yang dibuat. Hal itu dapat dilihat dari beberapa hal antara lain desain yang pelanggan inginkan tidak sesuai dengan apa yang dikehendakai dikarenakan tingkat kesulitan desain yang diinginkan dari pelanggan kepada Tata Busana Scorpion Banjarbaru sesuai dengan harapan.

Dapat diketahui pelanggan merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa puas pada indikator kecepatan layanan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru.

Kesesuaian pelanggan dengan janji yang ditawarkan mengenai kepuasan pelanggan Tata Busana Scorpion Banjarbaru apakah sesuai dengan harapan pelanggan, dapat diketahui bahwa pelanggan puas dengan kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan pada Tata Busana Scorpion

Banjarbaru. Hal ini dapat dilihat dari konsumen-konsumen terdahulu

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*) dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kemampuan untuk membantu pelanggan dan kesediaan untuk melayani pelanggan indikator dari daya tanggap tersebut meliputi kesediaan memberikan informasi, kesungguhan dalam merespon pelanggan, dan kesiapan membantu pelanggan.

Kesigapan pegawai dalam menangani pelanggan dapat diketahui bahwa pelanggan puas dengan kinerja Tata Busana Scorpion Banjarbaru sedangkan dalam pengaduan pelayanan dapat diketahui bahwa pelanggan puas akan indikator kesigapan pelayanan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru.

4) Jaminan (*Assurance*) dalam menentukan kepuasan pelanggan. Jaminan dari Tata Busana Scorpion Banjarbaru merupakan pengetahuan, kesopanan, serta sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko. Indikator dari jaminan meliputi pengetahuan, kesopanan, dan keamanan.

Dengan menggunakan analisis yang sama maka kepuasan pelanggan mengenai kinerja Tata Busana Scorpion Banjarbaru. Faktor jaminan pada setiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan puas dengan keamanan dan kenyamanan pelanggan yang dimiliki Tata Busana Scorpion Banjarbaru. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jaminan dalam menentukan kepuasan pelanggan, pelanggan merasa puas.

5) Peduli (*Empathy*) Kepedulian dari perusahaan Tata Busana Scorpion Banjarbaru yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi dan komunikasi yang baik terhadap pelanggan. Indikator dari empati meliputi pemahaman kepada pelanggan,

perhatian terhadap pelanggan, serta komunikasi yang baik.

Dengan menggunakan analisis yang sama maka kepuasan pelanggan mengenai kinerja Tata Busana Scorpion Banjarbaru faktor empati pada tiap-tiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan merasa puas akan kemampuan Tata Busana Scorpion Banjarbaru berkomunikasi dengan pelanggan.

6) pelayanan Yang Seharusnya Dilaksanakan

Pelayanan yang sudah ada pada Tata Busana Scorpion sudah berjalan dengan baik. Tetapi, terkadang masih sering ada munculnya masalah seperti pelanggan yang kurang puas akan kualitas barang/jahitan yang sudah dibuat karena kerumitan desain busana yang diberikan oleh pelanggan sehingga mengakibatkan pelanggan kurang puas dengan hasil yang sudah diberikan. Karena itu, untuk menangani pelanggan yang kurang puas, bisa dilakukan perbaikan terhadap jahitan dengan pelayanan yang baik dan komunikasi yang baik. Sehingga pelanggan yang datang pada Tata Busana Scorpion merasa puas akan pelayanan yang diberikan dan ketanggapan dalam menghadapi masalah yang ada.

PENUTUP

- 1) kepuasan pelanggan Tata Busana Scorpion Banjarbaru pada bukti langsung yang terdiri dari fasilitas fisik dan kelengkapan kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan yang telah diberikan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru
- 2) kepuasan pelanggan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru dinilai cukup baik artinya kepuasan pelanggan untuk membuat baju di Tata Busana Scorpion Banjarbaru sudah cukup baik.
- 3) Kualitas produk pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru sudah baik, artinya program kualitas produk yang

- dilakukan oleh Tata Busana Scorpion Banjarbaru tepat sasaran. Indikator daya tahan (durability) memiliki nilai tinggi dibandingkan dengan indikator lainnya dikarenakan Tata Busana Scorpion Banjarbaru yang diproduksi tidak sama ditempat lain.
- 4) Kualitas pelayanan pada Tata Busana Scorpion Banjarbaru dinilai sudah baik, artinya bahwa Tata Busana Scorpion Banjarbaru telah memberikan layanan yang baik terhadap setiap pengunjung atau konsumen yang datang. Konsumen percaya akan pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga banyak konsumen yang menyukainya.
 - 5) Pihak Tata Busana Scorpion Banjarbaru untuk kedepannya agar kualitas produk dan kualitas pelayanan lebih baik lagi, sebaiknya pelaksanaan kualitas produk dan kualitas pelayanan lebih ditingkatkan terutama dalam hal kehandalan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
 - 6) Pihak Tata Busana Scorpion Banjarbaru untuk kedepannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen lebih baik lagi, sebaiknya empati ditingkatkan sehingga kepuasan konsumen dapat lebih baik.

Hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini bahwa pelaksanaan pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah positif, untuk kedepannya ada baiknya Tata Busana Scorpion dapat meningkatkan lagi kepuasan konsumen, misalnya memperbaiki masalah yang dihadapi Tata Busana Scorpion Banjarbaru dengan keahlian yang baik dalam membuat baju dari desain yang sulit dari pelanggan inginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler Keller 2012, **Manajemen Pemasaran**, Edisi 12, Jakarta: Erlangga
Prof Dr. Assauari Sofjan, M.B.A.
Manajemen Pemasaran
Drs. Basu Swastha DH., Irwan, 2008,
Manajemen Pemasaran Modern
Dra. Ristiyanti Prasetijo, M.B.A **Perilaku Konsumen**
Tjiptono, 2012 **Mewujudkan Layanan Prima**, Yogyakarta
Kotler, Philip & Armstrong 2012,
Marketing Management 14th Edition
New Jersey: Prentice Hall
Boyd, Harper W. (2000) **Manajemen Pemasaran**, Jakarta : Erlangga
Tjiptono, 2008. **Strategi Pemasaran**, Edisi 3, Andi: Yogyakarta