

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BOUQUET BUNGA
DI TOKO NUANSA FLORIST SUMBERSARI**

Nur Hidayah¹, Mochammad Yasin²

1. Nur Hidayah,
Universitas Islam
Jember, Indonesia
2. Mochammad Yasin,
Universitas Islam
Jember, Indonesia
3. Email
korespondensi:
my451n06@gmail.com

ABSTRACT

Service quality is an important factor in increasing competitiveness. Consumer expectations are always changing all the time so the quality of service provided must also be adjusted. The aims of this research are: 1). To find out whether the factors of reliability, responsiveness, guarantee, empathy and physical evidence have a significant effect on customer satisfaction. 2). To find out which service quality factors have a more dominant influence on consumer satisfaction. Data collection techniques were carried out using observation, questionnaires, interviews and documentation. The population is 30 consumers. Meanwhile, the data analysis technique uses statistical analysis techniques, namely multiple linear regression. The research results show that: 1). Partially, the variable that has the most dominant influence on consumer satisfaction is the attention/empathy variable with a sig value of 0.000, followed by the responsiveness variable which has a sig value of 0.004 and physical evidence with a sig value of 0.041. 2). Simultaneously, it is known that the calculated F value is greater than the F table value ($46.019 > 2.62$), and the significance value (sig) = 0.000 is smaller than the value $\alpha = 0.05$. This means that together, the variables of reliability, responsiveness, guarantee, empathy and physical evidence have a significant effect on consumer satisfaction. 3). Based on the results of the determination test, the R square value has a value of 90.2%. It means Consumer satisfaction which is influenced by the independent variable service quality consisting of reliability, responsiveness, assurance, empathy.

Keywords: Service Quality; Consumer Satisfaction; Flower Bouquet

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan salah satu

faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Tujuan penelitian: untuk mengetahui apakah faktor kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan yang lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Populasi sebanyak 30 konsumen. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan teknik analisis statistik yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Secara parsial variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel perhatian/empati dengan nilai sig 0,000 disusul oleh variabel daya tanggap yang memiliki sig 0,004 dan bukti fisik dengan nilai sig 0,041. 2). Secara simultan diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($46,019 > 2,62$), dan nilai Sign=0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Artinya secara bersama-sama, variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3). Berdasarkan hasil uji determinasi, nilai R square memiliki nilai sebesar 90,2%. Artinya kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti fisik sebanyak 90,2%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen; Buket Bunga*

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan salah satu sub sektor dalam sektor pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Salah satu produk hortikultura adalah jenis tanaman hias (Florikultura). Florikultura memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan karena keindahan dan keunikannya bisa dijadikan peluang untuk diberdayakan sebagai komoditas komersial yang dapat memberikan kontribusi dalam

peningkatan pendapatan petani tanaman hias. Sejalan dengan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, konsumsi bunga cenderung meningkat. Persepsi masyarakat terhadap bunga semakin positif sehingga penggunaan bouquet bunga tidak hanya terbatas untuk sekedar hiasan belaka, tetapi juga dapat diberikan untuk ucapan selamat, ucapan simpati, kegiatan keagamaan, upacara perkawinan, dan sebagainya. Bouquet bunga adalah salah satu produk agribisnis yang sangat rentan, dilihat dari bentuk fisiknya cenderung rapuh dan membutuhkan perlakuan khusus. Dengan semakin luasnya penggunaan bunga, maka persaingan dalam pengembangan komoditi ini juga semakin meningkat. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Namun yang paling menonjol dan paling penting dalam penjualan bouquet adalah kualitas pelayanan. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang (Apriansyah, 2018).

Menurut Dianto (2013) Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Sedangkan kepuasan konsumen menurut Sunyoto (2013) adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Oleh karena itu, dengan adanya penelitian ini penulis mengetahui bahwa 1.) apakah faktor kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kosumen pada pembelian bouquet di Nuansa Florist. 2.) faktor kualitas pelayanan mana yang lebih banyak mempengaruhi kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Bouquet Bunga (Studi Kasus Toko Bunga Nuansa Florist Kecamatan Sumbersari) dilaksanakan di Jl. Mastrip No.35 Krajan Timur Sumbersari Kec. Sumbersari Kabupaten Jember Jawa Timur 68124. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah responden 30 orang yang diambil dari konsumen di Toko Nuansa Florist menggunakan sumber data primer dimana peneliti langsung mengobservasi, wawancara, dan pemberian kuesioner kepada konsumen, dan data sekunder yang berupa laporan atau bukti catatan tertulis dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji skoring, dimana responden diminta untuk mengisi kuesioner dengan memberi skor sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat setuju. Selanjutnya menggunakan uji validitas, yakni uji yang digunakan untuk menilai valid tidaknya suatu kuesioner. Adapun kriteria pengambilan keputusan menurut Sugiyono, (2016) adalah sebagai berikut:

- a) (Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item-item pernyataan dari kuesioner adalah tidak valid.)

Kemudian hasil uji yang valid akan di tes menggunakan uji reliabilitas. Selanjutnya adalah uji asumsi klasik dan regresi linier berganda yang meliputi Uji T, Uji F, dan uji R.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden berjumlah 30 orang dengan persentasi laki-laki 37% dan perempuan 63%. Rata-Rata usia 19-40 tahun. Responden terbanyak berumur 20-30 tahun dengan persentase 90%. Dan paling sedikkt berumur 19 tahun dengan presentase

3%. Sisanya berumur 30-40, persentase 7%. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan paling dominan adalah mahasiswa sebanyak 21 responden atau 70% sisanya adalah wiraswasta.

Adapun hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 19.0 memiliki nilai R hit sebesar 0,49-0,871. Sedangkan nilai R tab adalah 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel valid. Hasil uji reliabilitas variabel kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), perhatian, (X4), bukti fisik (X5), dan kepuasan konsumen (Y) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha 0,766-0,879 > 0,5 yang berarti semua variabel yang valid adalah reliabel.

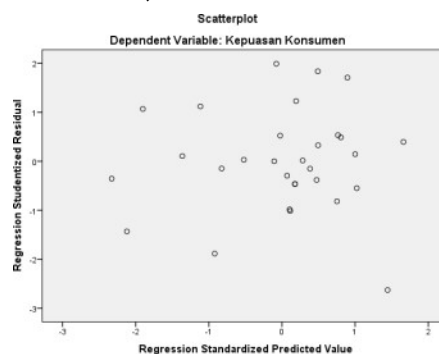
Tabel 1. Uji Normalitas

	Nilai Residual
N	30
Tes Statistik	0,088
Nilai Sig	0,200 ^{c,d}

Sumber: Data Diolah 2023

Dari tabel 1, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (kehandalan, data tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05 sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

(Uji Heteroskedastisitas)



Gambar 1 Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Data Statistik Diolah Tahun 2023

Hasil uji SPSS menunjukkan terjadinya sebuah penyebaran berupa titik-titik diatas maupun di bawah angka 0 pada pola grafik scatterplot. artinya, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskestisitas.

Tabel 2 Uji Autokorelasi

Model	Sig.
Lag	0,481

Sumber: Data Diolah 2023

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai sig lag 0,481 > dari 0,05. Artinya tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Model	Statistik kolinearitas	
	Toleransi	VIF
(Konstanta)		
Kehandalan	0,852	1,174
Daya Tanggap	0,723	1,384
Jaminan	0,842	1,187
Perhatian	0,519	1,926
Bukti Fisik	0,616	1,622

Sumber: Data Diolah Tahun 2023

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0.1 atau > 0.1 dan nilai VIF di bawah 10 atau < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Paired T-Test

Model	B	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	9,497	3,269	2,905	0,008
Kehandalan	0,093	0,075	1,244	0,226
Daya Tanggap	0,240	0,076	3,166	0,004
Jaminan	0,128	0,076	1,690	0,104
Perhatian	0,729	0,085	8,591	0,000
Bukti Fisik	0,202	0,094	2,158	0,041

Sumber: Data Statistik Diolah Tahun 2023

Dari Hasil tabel 4, menunjukkan bahwa:

1. Variabel kehandalan (X1) diperoleh nilai sig sebesar 0, 226. Artinya sig > 0,05. Maka variabel kehandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terjadi karena tidak ada penerapan 3S dan kemampuan

komunikasi yang kurang baik. Tetapi karena nilai koefisien memiliki nilai positif maka ada hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Sehingga setiap indikator kehandalan ditingkatkan maka akan membuat kenaikan pada kepuasan konsumen.

2. Variabel daya tanggap (X2) diperoleh nilai sig sebesar 0,004. Artinya sig < 0,05. Maka variabel daya tanggap yang terdiri dari ketanggapan dalam membantu, mengatasi masalah, keluhan dan permintaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Variabel jaminan (X3) diperoleh nilai sig sebesar 0,104. Artinya sig > 0,05. Maka variabel jaminan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terjadi karena kurangnya jaminan keamanan barang dan parkir di Toko Nuansa Florist. Tetapi karena nilai koefisien memiliki nilai positif maka ada hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Sehingga setiap indikator kehandalan ditingkatkan maka akan membuat kenaikan pada kepuasan konsumen.
4. Variabel empati (X4) diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Artinya sig < 0,05. Maka variabel perhatian yang terdiri sikap sabar, perhatian, ramah, dan tidak membeda-bedakan Konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Variabel bukti langsung (X5) diperoleh nilai sig sebesar 0,041. Artinya sig < 0,05. Maka variabel bukti langsung yang terdiri dari kelengkapan fasilitas, kenyamanan, dan kebersihan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 5 Hasil Uji SPSS Annova

Model	Kuadrat Rata-Rata	F	Sig.
Regresi	36,600	46,019	0,000b
Residual	0,795		
Total			

Sumber: Data Statistik Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan pada tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($46,019 > 2,62$), dan nilai Signifikansi (sig)=0,000 lebih kecil dari nilai $\alpha = 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan. Dalam penelitian lain Irwana (2017) mengatakan bahwa diketahui hasil perhitungan uji F memperoleh nilai $116,46 > 2,31$ dengan nilai sig = 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Tabel 6 Hasil Uji Determinasi

R	R Kuadrat	Adjusted
0,952a	0,906	0,886

Sumber: Data Statistik Diolah Tahun 2023

Nilai R² (koefisien determinasi) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam sebuah model. Hasil perhitungan yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan nilai R² = 0,906. R² x 100 untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Maka hasilnya adalah 90,6%. Artinya kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh variabel bebas kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (reliability), daya tanggap (Responsiveness), Jaminan (assurance), Empati (empathy) dan

Bukti fisik (tangible) memiliki nilai 90,6%. Hal ini yang menentukan naik turunnya kepuasan konsumen adalah 90,6%. Sedangkan sisanya sebesar 9,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti seperti faktor harga, kualitas/mutu produk, dll (Wahid dan Puryanto, 2019).

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara simultan, kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), perhatian (X4) dan bukti fisik (X5) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
2. Secara parsial, perhatian (X4) merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Karena variabel tersebut mempunyai nilai sig yang paling kecil dari variabel lainnya.

SARAN

Saran untuk Toko Nuansa Florist:

1. Pihak toko harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan khususnya pada variabel kehandalan dan jaminan. Karena dua variabel tersebut memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk memperhatikan keamanan barang dan parkir, sebaiknya Toko Nuansa Florist memasang kamera cctv di dalam ruangan, dan menyediakan tukang parkir untuk mempermudah penjagaan motor.

DAFTAR PUSTAKA

Apriansyah, Roky. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Prioritas Rengat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

- Dianto, Indra Wahyu. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No.30 Yogyakarta. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi.
- Sunyoto, Danang. 2013. Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wahid, Fahriss Abdurrahman dan Puryantoro. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Bunga Melati (studi Kasus Desa Talkandang, Kecamatan Situbondo, Kabupaten Situbondo. AGRIBIOS : Jurnal Ilmiah, 17(2). 72-85.