

## ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI INDOMARET DEPAN UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Dita Putri Cahyaning Ayu<sup>1</sup>, Sabela Ayu Nihusnasari<sup>2</sup>, Romantika Alvioni Nur Aziszah<sup>3</sup>, Rofiq Ainul Husin<sup>4</sup>,  
Arthur Daniel Limantara<sup>5</sup>

<sup>1),2),3),4)</sup> Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

<sup>5)</sup> Teknik Informatika, Sekolah Tinggi Teknologi Cahaya Surya, Kediri, Indonesia

[sabelayn@gmail.com](mailto:sabelayn@gmail.com)

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 05/07/2023

Tanggal Revisi : 13/07/2023

Tanggal Diterima : 17/07/2023

### **Abstract**

*This study aims to determine service quality on customer satisfaction at Indomaret in front of Nusantara PGRI University, Kediri. This study used a quantitative method approach with data collection techniques by distributing questionnaires to consumers with a sample of 15 respondents with service quality variable. The results of these respondents were then compared with Indomaret's Company Operational Standards (SOP). The results of the study show that service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction at Indomaret.*

**Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, SOP**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret depan Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen dengan sampel yang digunakan sebanyak 15 responden dengan variabel kualitas layanan. Dari hasil responden tersebut kemudian dibandingkan dengan Standart Operasional Perusahaan (SOP) Indomaret. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, SOP**

### **PENDAHULUAN**

Pada zaman sekarang aktivitas berbelanja menjadi suatu kebutuhan seseorang untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Hal ini juga tidak sedikit yang menjadikan berbelanja sebagai prioritas. Perkembangan dalam dunia bisnis membuat perusahaan harus lebih memperhatikan keinginan pelanggan salah satunya dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dikarenakan pelanggan semakin selektif dalam memilih produk, pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menarik konsumen. Suatu perusahaan dapat menarik banyak pelanggan apabila pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan perusahaan. Setiap perusahaan selalu menjaga kualitas pelayanan agar setiap konsumen selalu merasa puas dan nantinya akan datang kembali untuk melakukan pembelian. Salah satu perusahaan yang selalu menjaga kualitas pelayanannya adalah Indomaret[1].

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas ruang penjualan kurang dari 200 M<sup>2</sup>. Indomaret dikelola oleh PT. Indomarco Prismaatama. Toko pertamanya dibuka di Ancol, Jakarta-Pusat, pada tahun 1988. Gerai Indomaret tersebar di kota-kota besar seperti Jawa Barat, Jawa Timur, Jogjakarta, Bali, Lampung, Palembang, Makasar dan Jabodetabek[2]. Hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan pelanggan yang digunakan untuk menarik konsumen. Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan.

Seiring dengan perkembangan bisnis ritel, pada saat ini bisnis ritel tidak lagi dikelola secara tradisional, melainkan dengan cara modern. Persaingan yang ketat pada bisnis ritel tidak terlepas semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai faktor yang dibidik. Persaingan tersebut memacu para pebisnis di bidang ritel untuk senantiasa menjadi ritel pilihan konsumen dan mempertahankan konsumennya. Setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu karena persaingan adalah kunci dari keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan.

Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Pelayanan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam sebuah perusahaan dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Pelayanan juga merupakan kunci keberhasilan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan dalam kegiatan-kegiatan yang terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau pelanggan. Agar perusahaan unggul dalam persaingan, selain berwawasan terhadap pelayanan atau kualitas hendaknya juga berwawasan terhadap pelanggan karena pelanggan bisa memberikan nilai lebih baik terhadap apa yang mereka harapkan[2].

Layanan sangat penting bagi kehidupan manusia dan komunitas secara keseluruhan. Pada umumnya layanan masih dirasakan belum optimal misalnya lambat, mahal, dan membosankan sehingga masyarakat selalu menuntut layanan yang berkualitas tinggi. Kualitas layanan mengarah kepada urutan keunggulan layanan untuk mencukupi keperluan konsumen (Pratama & Sulisworo, 2018). Kualitas layanan yang baik adalah salah satu strategi yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk bersaing dengan sukses. Pada umumnya, kualitas layanan adalah cara di mana perusahaan berupaya untuk memenuhi kebutuhan klien dengan baik. Karena kedua relevansi tersebut mengungkapkan kepuasan pelanggan, maka bisa dijelaskan bahwa mengetahui kualitas pelayanan adalah mengetahui kepuasan pelanggan. Standar kualitas layanan yang harus dipenuhi oleh individu, kelompok, atau lembaga dalam hal kemampuan manusia, metode pekerjaan, cara, hasil pekerjaan, atau hasil buatan atau layanan. Menurut Naibaho (2013), kualitas adalah pemenuhan pemangku kepentingan internal dan eksternal dalam hal memuaskan kebutuhan masyarakat dan pelanggan secara maksimal

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan. Dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan konsumen, dimana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang maksimal dan kesesuaian pemberian harga produk merupakan strategi yang tepat dalam mewujudkan setiap keinginan dan harapan tersebut[3]. Salah satu cara untuk unggul dalam suatu persaingan pasar adalah meningkatkan kepuasan konsumen[4]. Semua perusahaan akan berlomba-lomba untuk menciptakan kepuasan konsumen karena jika konsumen puas, maka konsumen akan semakin setia dengan perusahaan tersebut. Jika konsumen puas, akan semakin banyak uang yang dibelanjakan konsumen dan konsumen terus akan membelanjakannya. Dengan demikian omzet penjualan akan terus meningkat sehingga secara otomatis keuntungan perusahaan pun semakin besar[5].

Kepuasan sangat penting artinya bagi seorang konsumen atau konsumen saat mereka datang ketempat tujuan yang mereka inginkan yaitu tempat membeli produk yang akan mereka beli. Kepuasan konsumen dalam pelayanan yang diberikan oleh toko atau tempat berjualan itu, sangat penting untuk diperhatikan karena dapat menggambarkan kualitas pelayanan di tempat barang yang dijual tersebut. Pendapat Tjiptono (2016: 32), atribut atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari: Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali dan Kesediaan merekomendasikan[4]

Layanan sangat penting bagi kehidupan manusia dan komunitas secara keseluruhan. Pada umumnya layanan masih dirasakan belum optimal misalnya lambat, mahal, dan membosankan sehingga masyarakat selalu menuntut layanan yang berkualitas tinggi[2]. Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja[6]. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Goetsch dan Davis (1994) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Semakin ketatnya persaingan di bidang jasa akan menjadikan pelayanan sebagai faktor yang penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan perusahaan jasa. Pelanggan akan memberikan penilaian tersendiri terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan membandingkannya dengan perusahaan lain sejenis. Untuk itu perusahaan harus sekuat tenaga memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen/pelanggannya[7]. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi

biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis[8].

Permasalahan yang berhubungan dengan pelayanan pada Indomaret terjadi di cabang Indomaret Bandung, karena pengalaman buruk konsumen yang disebabkan ketidakmampuan pegawai dalam memenuhi harapan konsumen. Akibatnya, pelanggan menjadi tidak puas dan merasa kecewa terhadap perusahaan karena harapannya tidak dipenuhi. Menurut Parasuraman dkk. (1988), fenomena ini menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan pada pelayanan Indomaret. Apabila perusahaan tidak memperbaiki kinerja pelayanannya untuk memperkecil atau menutup kesenjangan yang terjadi, maka perusahaan lama-kelamaan tidak akan mampu mempertahankan kinerja bisnisnya. Berdasarkan portofolio tentang fakta-fakta konsumen yang diperoleh dari goldenstone, terdapat beberapa hal yang akan terjadi berhubungan dengan pelanggan yang tidak puas yaitu saat ada satu konsumen yang melakukan komplain karena tidak puas terhadap layanan perusahaan, secara bersamaan 26 konsumen lain yang tidak puas namun tidak komplain pindah ke toko lain, satu konsumen yang tidak puas akan menceritakan pengalamannya pada 9-15 orang dan sekitar 13% diantaranya bercerita pada lebih dari 20 orang, sekitar 70% terjadinya transaksi dikarenakan faktor kesan konsumen terhadap pelayanan perusahaan, dan pelayanan yang berkualitas rendah adalah alasan utama konsumen meninggalkan perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi minimarket Indomaret untuk memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memuaskan pelanggannya[9].

Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum karena setiap masyarakat atau konsumen mempunyai penilaian masing-masing setiap pelayanan yang diberikan terhadap individunya. Peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat, produk akan kurang diminati oleh konsumen[10]. Dari beberapa penelitian tentang kepuasan pelanggan seperti yang dilakukan Kurnia (2015) menyatakan bahwa hasil kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Agung (2018), tentang Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Indomaret, dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Indomaret[3].

Dalam dunia bisnis, bukan hanya produk/jasa yang di perhatikan. Dalam hal berbisnis kualitas pelayanan harus bisa diperhatikan juga, konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam (Ismail, Tauipk dan Yusuf, 2021) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan ialah tingkat seberapa bagus pelayanan yang mampu diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang jauh lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya (Asye, 2007:53) dalam (Sumual, Yunita M, 2017). Menurut (Sadek et al., 2010) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan terdiri dari lima dimensi, yaitu: Reliabilitas (kemampuan dalam menjanjikan pelayanan yang dapat bergantung dan secara akurat); Bukti Fisik (tampilan fisik dari fasilitas, perlengkapan, personel, dan material yang tertulis); Empati (perhatian dan kesiapsiagaan terhadap nasabah); Jaminan (pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan mereka untuk dapat mempercayai dan yakin terhadap mereka); Responsivitas (keinginan dalam membantu nasabah)[11].

Indomaret telah menyediakan pelayanan dengan tugas dan tanggung jawab agar dapat memberikan kualitas pelayanan para pelanggan agar nantinya pelanggan puas dalam berbelanja. Kualitas pelayanan Indomaret selalu mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Dengan begitu, Indomaret menetapkan jam operasional bagi karyawan agar tetap memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Karyawan dituntut selalu bekerja sesuai dengan jam operasional yang berlaku dan juga setiap karyawan harus selalu menerapkan Standart Operasional Prosedur (SOP) pelayanan[1]. Untuk mengetahui kesesuaian kinerja suatu organisasi dengan tujuan organisasi maka diperlukan suatu standar yang dikenal dengan istilah Standard Operating Procedure (SOP). SOP adalah suatu standar pekerjaan sehari-hari secara tertulis yang menguraikan pekerjaan atau job description yang mencakup tentang apa, kapan, dimana dan oleh siapa, serta dengan cara yang paling efektif untuk melakukan suatu kegiatan. SOP merupakan guideline bagaimana proses sebuah fungsi kerja dapat ditegakkan. Keberadaannya dapat menjadi rujukan apabila ditemukan sesuatu tidak maksimal dalam hal ini tidak efisien dan efektif. Menurut Pfeffer (1996) pada masa sekarang hanya ada satu landasan untuk keunggulan

bersaing bagi perusahaan, yaitu bagaimana mengelola faktor sumber daya manusia bagi perusahaan[12]. Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Depan Universitas Nusantara PGRI Kediri “

## METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Objek penelitian secara umum berkaitan dengan bidang operasional pada Indomaret. Penelitian ini berfokus pada Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan yang disesuaikan dengan Standart Operasional Perusahaan (SOP) Indomaret . Lokasi penelitian dilakukan di Indomaret depan Universitas Nusantara PGRI Kediri. Populasi dan sampel dalam penelitian yakni semua pelanggan yang berkunjung di Indomaret mulai dari umur 10 - 25 Tahun baik perempuan maupun laki - laki. Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner dan mendapatkan sampel sebanyak 15 orang. Penyebaran kuesioner menggunakan google form dengan beberapa variabel yang terkait. Pengumpulan data dilakukan dengan berupa angka dan menerapkan analisis statistik untuk mendapatkan hasil yang terukur dan objektif. Selanjutnya, data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan skala pengukuran variabel yaitu Skala Likert (Likert Scale), dimana masing-masing dibuat dengan skala 1-5 kategori untuk mengidentifikasi persentase rata-rata jawaban responden.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Pada bab ini dijelaskan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen. Penulis menyebar kuesioner sebanyak 15, dimana responden merupakan konsumen yang berbelanja di Minimarket Indomaret depan kampus UNP Kediri.

Profil responden yang ditanyakan pada kuesioner adalah nama, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dari masing. Data tentang profil responden akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. KLASIFIKASI RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	7	47
Wanita	8	53
Total	15	100

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel diatas mengenai jenis kelamin, diketahui bahwa jumlah responden pria sebanyak 7 orang atau sekitar 47%, sedangkan jumlah responden wanita sebanyak 8 orang atau sekitar 53%.

Dari data tersebut terlihat bahwa responden wanita lebih banyak berbelanja di Minimarket Indomaret depan kampus UNP Kediri dibandingkan dengan responden pria.

Tabel 2. KLASIFIKASI RESPONDEN BERDASARKAN USIA

Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
10 – 15	0	0
16 – 20	7	47
21 – 25	8	53
Total	15	100

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel diatas mengenai usia, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang berbelanja di Minimarket Indomaret di depan kampus UNP Kediri antara 21 - 25 tahun yaitu sebanyak 8 orang atau sekitar 53 %.

Tabel 3. KLASIFIKASI RESPONDEN BERDASARKAN PENDIDIKAN

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
SD – SMP	0	0
SMA	5	33
S-1	10	67
Total	15	100

Sumber : Data diolah

Berdasarkan pada tabel diatas berdasarkan tingkat pendidikan, responden yang berpendidikan S-1 sangat dominan dengan jumlah 10 orang atau sekitar 67%.

### Analisis Persepsi Responden Tentang Kualitas Pelayanan Karyawan dan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan yaitu segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu, analisis persepsi respondententang kualitas pelayanan karyawan dan kepuasan konsumen perlu dilakukan dalam penelitian ini.

Skala yang digunakan untuk melihat persepsi responden terhadap kualitas pelayanan karyawan dan kepuasan konsumen adalah skala likert. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) : diberi bobot 5
- b. Setuju (S) : diberi bobot 4
- c. Kurang Setuju (KS) : diberi bobot 3
- d. Tidak Setuju (TS) : diberi bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi bobot 1

Langkah selanjutnya adalah mencari rata-rata dari setiap jawaban responden untuk memudahkan penilaian dari rata-rata tersebut, maka dibuat interval sebesar 5. Rumus yang digunakan menurut Ridwan yaitu:

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

Keterangan :

Rentang : Nilai Tertinggi – Nilai Terendah  
 Banyak Kelas Interval: 5

Berdasarkan rumus di atas, maka kita dapat menghitung panjang kelas interval sebagai berikut:

$$P = \frac{5 - 1}{5}$$

$$P = 0,8$$

Setelah menghitung interval dari kriteria penilaian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 84 % - 100 % = Sangat Setuju (SS)
- 69% - 83% = Setuju (S)
- 52% - 68% = Kurang Setuju (KS)
- 36% - 51% = Tidak Setuju (TS)
- 20% - 35% = Sangat Tidak Setuju (STS)

### Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan

Analisis persepsi responden terhadap kualitas pelayanan karyawan dilakukan berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan dalam kepuasan konsumen. Setelah kuesioner disebar maka dilakukan pengelompokan berdasarkan jawaban setiap pernyataan kemudian dilanjutkan dengan pembobotan berdasarkan interval yang telah ditetapkan sebelumnya. Persepsi kualitas pelayanan karyawan terdiri dari 14 pernyataan.

Adapun hasil kuesioner dari pernyataan responden tentang persepsi kualitas pelayanan karyawan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

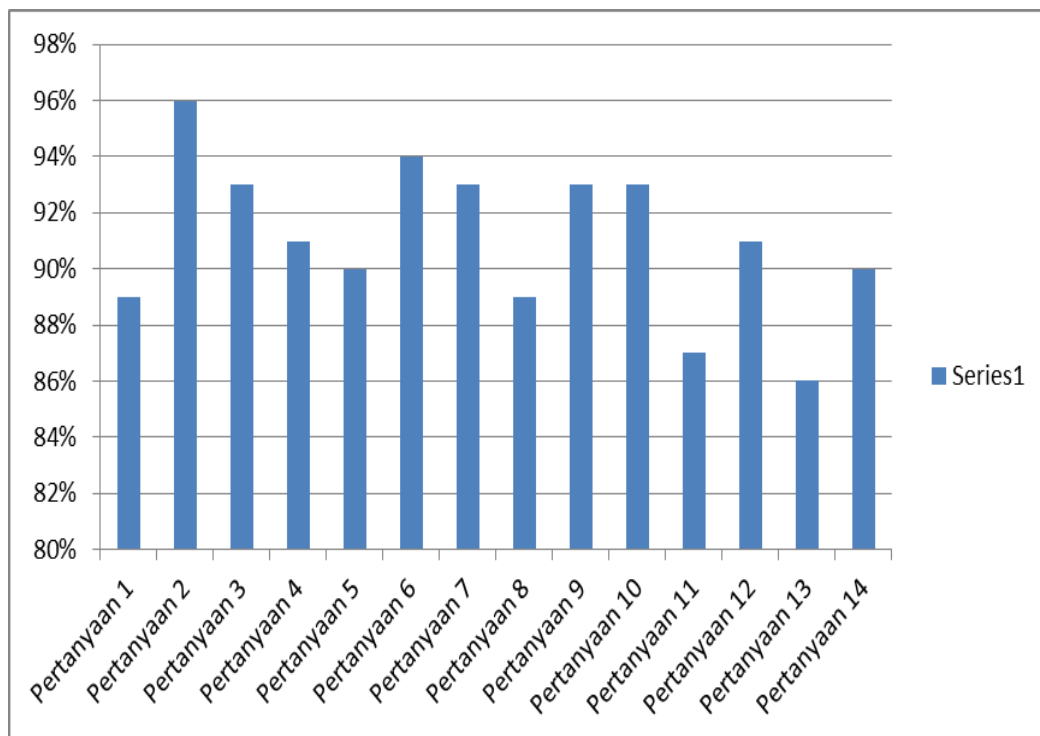
Tabel 4. PERSEPSI RESPONDENT TENTANG KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN

No.	Pernyataan Kualitas Pelayanan Karyawan	Jawaban					Persentase	Ket
		SS	S	KS	TS	STS		
1.	Pegawai melayani dengan senyum, cepat dan akurat	4	9	2	0	0	89%	SB
2.	Pegawai melakukan scan barcode produk yang dibeli oleh konsumen	8	6	1	0	0	96%	SB
3.	Jika barcode tidak terbaca, pegawai melakukan ketik manual kode yang ada	6	8	1	0	0	93%	SB
4.	Pegawai menanyakan jika ada tambahan belanja lagi	5	9	1	0	0	91%	SB
5.	Pegawai menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di Indomaret	4	10	1	0	0	90%	SB
6.	Pegawai memberikan kantong plastik yang sesuai, tidak kekecilan dan tidak kebesaran	8	5	3	0	0	94%	SB
7.	Pegawai menyebutkan nominal yang harus dibayar customer	6	8	1	0	0	93%	SB
8.	Pegawai menunjukkan dan menyebutkan jumlah nominal uang yang diberikan oleh customer	5	7	3	0	0	89%	SB
9.	Pegawai memastikan memeberikan uang kembalian dengan tepat dan benar	6	8	1	0	0	93%	SB
10.	Untuk pembayaran via debit bank, pegawai memasukkan kartu dengan benar dan memastikan jumlah nominal benar.	7	6	2	0	0	93%	SB
11.	Pegawai mengembalikan kartu debit customer dengan baik dan sopan	3	10	2	0	0	87%	SB
12.	Pegawai memberikan struk / resi / nota penjualan	6	7	2	0	0	91%	SB
13.	Pegawai mengucapkan "terima kasih telah berkunjung di indomaret "	4	7	3	0	0	86%	SB
14.	Pegawai menghitung uang dan mencocokkan dengan data penjualan pada mesin komputer	6	6	3	0	0	90%	SB
RATA - RATA							91%	SB

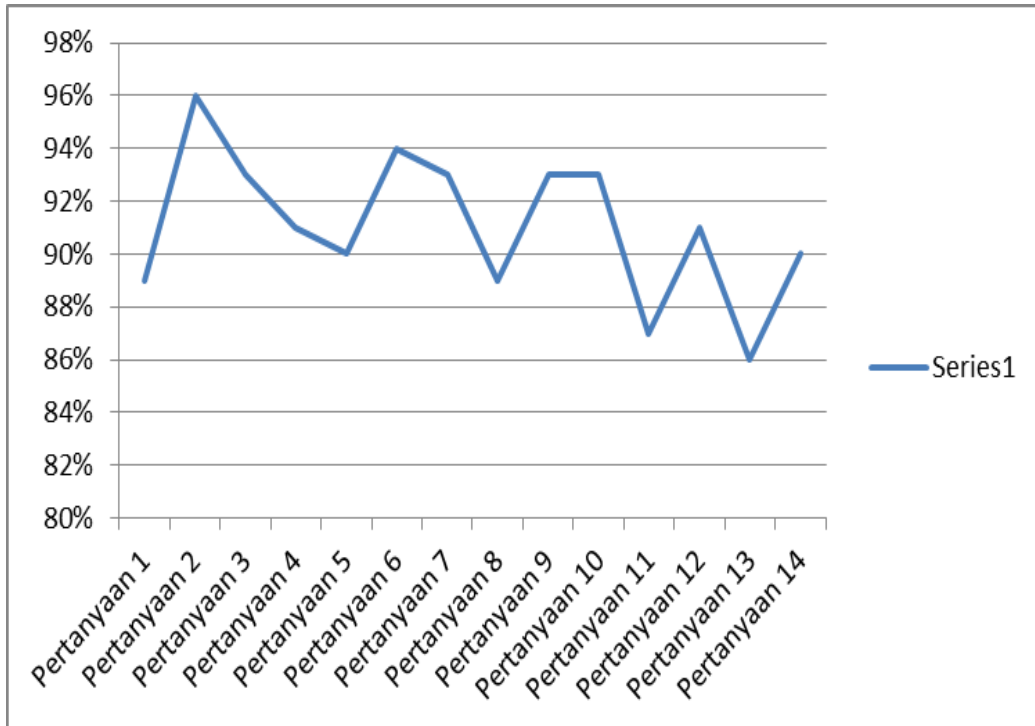
Berdasarkan tabel 4. Persepsi responden tentang kualitas pelayanan , data pernyataan indikator pertama diperoleh 4 responden yang menyatakan sangat setuju,9 menyatakan setuju, dan 2 menyatakan kurang setuju. Pada indikator kedua dipeoleh 8 responden yang menyatakan sangat setuju, 6 menyatakan setuju, dan 1 menyatakan kurang setuju. Pada indikator ketiga diperoleh 6 responden yang menyatakan sangat setuju, 8 menyatakan setuju dan 3 menyatakan kurang setuju. Selanjutnya pada indikator keempat diperoleh 5 responden yang menyatakan sangat setuju, 9 menyatakan setuju dan 1 menyatakan kurang setuju. Pada indikator kelima dipeoleh 4 responden yang menyatakan sangat setuju, 10 responden menyatakan setuju dan 1 menyatakan kurang setuju. Pada indikator keenam diperoleh 8 pernyataan responden sangat setuju,5 menyatakan setuju, dan 3 menyatakan kurang setuju. Pada indikator ketujuh diperoleh 6 responden yang menyatakan sangat setuju, 8 menyatakan kurang setuju, dan 1 menyatakan kurang setuju. Pada indkator kedelapan diperoleh 5 pernyataan responden sangat setuju,7 menyatakan setuju, dan 1 menyatakan kurang setuju. Pada indikator kesembilan

diperoleh 6 responden menyatakan sangat setuju, 8 menyatakan setuju, dan 1 responden menyatakan kurang setuju. Pada indikator kesepuluh diperoleh 7 reponden menyatakan sangat setuju, 6 menyatakan setuju, dan 1 responden menyatakan kurang setuju. Pada indikator kesebelas diperoleh 3 responden yang menyatakan sangat setuju, 10 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan kurang setuju. Kemudian pada indikaor kedua belas diperoleh 6 responden menyatakan sangat setuju, 7 menyatakan setuju, dan 2 menyatakan kurang setuju. Pada indikator ketiga belas diperoleh 4 responden yang menyatakan sangat setuju, 7 yang menyatakan setuju dan 3 yang menyatakan kurang setuju. Dan yang terakhir, pda indikator keempat belas diperoleh 6 responden yang menyatakan sangat setuju, 6 responden menyatakan setuju, dan 3 responden menyatakan kurang setuju.

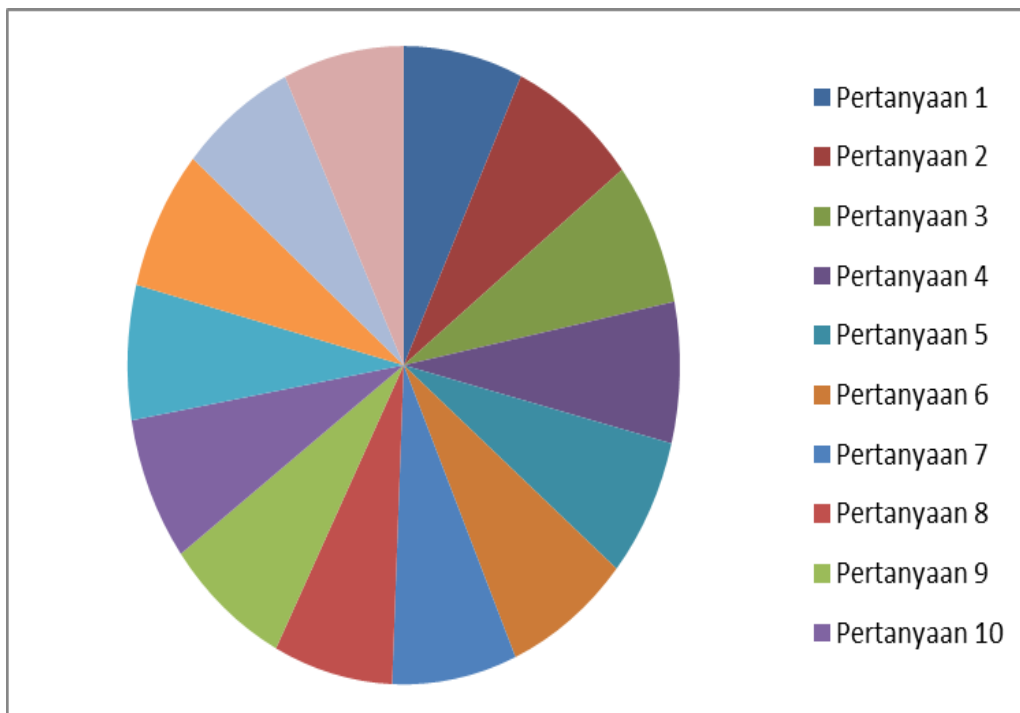
Berdasarkan 14 pernyataan indikator kualitas pelayanan karyawan, diperoleh rentan persentase antara 87% hingga 96 %. Persentase tertinggi berada pada indikator kedua sebesar 96 % dan persentase terendah berada pada indikator kesebelas sebesar 87%. 14 indikator pernyataan tersebut berada pada penilaian interval Sangat Setuju (SB).



Gambar 1. Diagram Batang Persentase Responden terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan



Gambar 2. Diagram Garis Persentase Responden terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan



Gambar 3. Diagram Lingkaran Persentase Responden terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan



Secara umum dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan karyawan yang diberikan oleh Minimarket Indomaret depan kampus UNP Kediri dikategorikan sangat baik. Berdasarkan tabel diatas tentang tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dinilai "SANGAT BAIK". Ini dapat kita lihat dari nilai persentase rata-rata keseluruhan pernyataan yaitu 91% yang berada pada interval 84% - 100%.

## KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah serta hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik simpulan bahwa Kualitas pelayanan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Minimarket Indomaret depan UNP Kediri. Kualitas pelayanan yang maksimal dan kesesuaian pemberian harga produk merupakan strategi yang sudah dilakukan oleh Indomaret dalam mewujudkan keinginan dan harapan konsumennya, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Indomaret juga sudah memberikan pelayanan dengan tugas dan tanggungjawab agar mampu memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan dalam berbelanja. Karena pelayanan di Minimarket Indomaret selalu mengutamakan kepuasan pelanggannya.

Hasil pengujian kepada responden menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan karyawan diperoleh tingkat persentase sebesar 91% yang berada pada interval 84% - 100%. Pada hipotesis yang diuji berdasarkan persentase, kualitas layanan karyawan Indomaret berada pada interval 84% - 100%. yang menunjukkan arti "Sangat Baik". Dengan begitu, Indomaret menetapkan jam operasional bagi karyawannya agar tetap memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan. Maka dari itu karyawan dituntut untuk bisa bekerja sesuai dengan jam operasionalnya yang berlaku dan juga setiap karyawan harus selalu menerapkan Standart Operasional Prosedur (SOP) pelayanan. Sehingga hasil pengujian kepada responden menunjukkan bahwa Indomaret depan Universitas Nusantara PGRI Kediri sudah sesuai dengan Standart Operasional Perusahaan (SOP).

## DAFTAR RUJUKAN

- [1] Chintia I, Munawaroh M. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Dc Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. *Akrab Juara J Ilmu-Ilmu Sos* 2021;6:78. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v6i4.1572>.
- [2] Anggapratama R, Irnawati D. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro. *J Alwatzikhoebillah Kaji Islam Pendidikan, Ekon Hum* 2023;9:341–50. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.1811>.
- [3] Abdul Gofur. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *J Ris Manaj Dan Bisnis Fak Ekon UNIAT* 2019;4:37–44.
- [4] Lidiawati L, Zamilah E, Islam U, Muhammad K, Islam U, Muhammad K, et al. Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Indomaret Point Bandara Syamsuddin Noor 2021.
- [5] Novi, Semmaila I. Tata Kelola. Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan 2019;7.
- [6] Massa LE, Tumbel LA, Jorie JR. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Minimarket Indomaret Dan Alfamart Di Wilayah Maumbi Minahasa Utara. *JJ Rotinsulu* 49 *J EMBA* 2022;10:49–58.
- [7] Putri VA, Fatmasari D. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Alfamart di Kelurahan Sronдол Wetan Semarang. *Maj Ilm Inspiratif* 2018;3:1–11.
- [8] Budiarno B, Udayana IBN, Lukitaningsih A. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilib J Penelit Pendidik Dan Ekon* 2022;19:226–33. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>.
- [9] Kristina S, Setiawati M, Sebastian S. Analisis Kualitas Pelayanan Minimarket Indomaret di Bandung untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Semin Nas Tek Dan Manaj Ind* 2021;1:270–9. <https://doi.org/10.28932/sentekmi2021.v1i1.25>.
- [10] Karundeng VA, Soegoto AS, Arie F V. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Point Kawasan Megamas Saat Pandemi Covid-19. *J EMBA* 2021;9:702–11.
- [11] Ali Aqsa Muhammad. Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan

- 
- [12] Asmara PW. Evaluasi Pelaksanaan Standard Operating Procedure (SOP) Pada Usaha Franchising Dengan Menggunakan Metode Benchmarking (Studi Kasus di Alfamart Cilacap) 2011.