

PENGARUH PELAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MINI MARKET ARIFAMART KOTA LHOKSEUMAWE

Bebby Ayu Wijaya¹⁾, Risna Dewi, Sos., MSP²⁾

¹Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
E-Mail: bebbby.180260002@mhs.unimal.ac.id

²Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh
Email: risna.dewi@unimal.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of service and employee performance on the customer satisfaction of Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. This research was conducted at Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. The population in this study were customer shopped of Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe totaling 6.000 people, and the determination of the sample using the "non-probability sampling" technique and the formula used in determining the number of respondents using the Slovin formula so that the number of respondents was 98 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis, instrument test and classical assumption test using SPSS version 25 software. Partial test results show that the service variable has a positive but not significant effect on customer satisfaction, while employee performance has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously shows that service and employee performance have a significant effect on customer satisfaction. Employee performance variable is the most dominant variable influencing customer satisfaction.

Keyword: Service, Employee Performance and Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Penelitian ini dilakukan di Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe yang berjumlah 6.000 orang, dan penentuan sampel menggunakan Teknik "non-probability sampling" serta rumus yang digunakan dalam penentuan jumlah responden menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 98 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda, uji instrumen serta uji asumsi klasik menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan menunjukkan bahwa pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel kinerja karyawan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Perkembangan dunia bisnis mini market di Aceh khususnya di kota Lhokseumawe semakin berkembang dan perusahaan telah memasuki dunia pasar jasa. Beberapa perusahaan baru muncul dengan menampilkan produk jasa yang hampir sama atau sejenis, sehingga membuat suatu perusahaan semakin berlomba-lomba dalam memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen. Hal ini menjadi salah satu fenomena yang sangat menarik untuk diteliti sekarang ini, produk atau jasa yang ada di dalam suatu bisnis ritel semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan sistem operasi sehingga terjadi persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi konsumen serta juga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal. Karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen baik dalam hal pemenuhan akan kebutuhan barang dan jasa.

Konsumen merupakan sumber pendapatan perusahaan. Pada masa lalu terdapat bahwa perusahaan lebih mengkonsentrasikan diri pada kemampuan internal dengan memberikan penekanan pada kinerja produk, inovasi, dan teknologi tanpa kewajiban untuk memahami apa yang dibutuhkan konsumen. Kini dengan tingkat persaingan yang demikian tajam, begitu banyak perusahaan berlomba untuk menawarkan produk dan jasa yang lebih baik sesuai dengan referensi pasar, sehingga konsumen begitu banyak memiliki pilihan.

Menurut (Tjiptono, 2014) mendefinisikan bahwa pelayanan ialah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, akan tetapi dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya konsumen akan lebih aktif lagi dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa dari suatu perusahaan. Pelayanan merupakan sebuah kewajiban yang harus dijaga dan ditingkatkan jika sebuah perusahaan ingin tetap bertahan dalam dunia persaingan bisnis. Bukan hanya karena konsumen adalah raja, tetapi saat ini konsumen sudah semakin cerdas dalam menentukan produk mana yang akan dibeli.

Pelayanan sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit karena pada dasarnya pelayanan merupakan sebuah aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk namun dalam bentuk fisik. Yang pada umumnya dirasakan pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah misalnya kenyamanan dan kepuasan konsumen saat berbelanja. Mini Market Arifamart merupakan salah satu dari beberapa bisnis ritel yang menghasilkan jasa

dari beberapa bisnis ritel yang ada di kota Lhokseumawe, yang berdiri pada tahun 2017 dengan bangunan ruko 1 lantai dan terdapat berbagai macam jenis kebutuhan masyarakat yang di perjualbelikan di dalamnya. Mini Market Arifamart ini sudah menjadi mini market yang dikenal oleh masyarakat, mahasiswa, akan tetapi terdapat beberapa mini market yang ada di kota Lhokseumawe yang menjadikan persaingan antar mini market ini semakin ketat. Dengan demikian, pelayanan, kinerja karyawan, dan kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan oleh perusahaan mini market tersebut.

Dalam sebuah bisnis ritel kinerja karyawan dianggap sebagai elemen penting yang harus diperhatikan. Karena dengan adanya kinerja karyawan yang baik maka segala sesuatu dapat mempermudah upaya dan memperlancar kegiatan jual beli dalam rangka mencapai suatu tujuan. Peranan kinerja karyawan *front stage* yang juga sangat penting dalam menunjang keberhasilan setiap perusahaan terutama pada perusahaan yang bergerak di bidang sektor jasa, adapun alasannya karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli.

Menurut (Wilson Bangun, 2012) kinerja (*performance*) adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan (*job requirement*). Karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri, sehingga bagi konsumen, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga perusahaan berdasarkan persepsi konsumennya dapat mengevaluasi pelayanan karyawan.

Maraknya pembangunan mini market menjadi pertanda semakin ketatnya tingkat pesaingan industri di bidang bisnis. Pengusaha mini market dituntut untuk berlomba-lomba dalam meningkatkan kinerja karyawan guna menarik kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Dengan di dukungnya pelayanan dan kinerja karyawan yang unggul maka dapat memberikan pengaruh besar bagi konsumen untuk terus melakukan pembelian secara berulang, sebab keduanya memainkan peranan penting dalam membentuk kepuasan konsumen dan memutuskan apa saja yang akan dibeli atau mini market mana saja yang akan dijadikan langganan, konsumen

secara khas memilih mini market yang akan dievaluasi paling menguntungkan bagi mereka. Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut (Tjiptono, 2014) kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau tidak kesepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Agar pelayanan dapat lebih memuaskan, maka karyawan harus dapat memenuhi empat syarat pokok yaitu pertama: harus memiliki tingkah laku yang sopan terhadap konsumen, kedua: cara menyampaikan terhadap konsumen menggunakan bahasa yang baik dan benar, ketiga: waktu penyampaian terhadap konsumen cepat dan tepat, dan yang keempat: ramah tamah terhadap konsumen.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Karena selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Ciri konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume setiap penjualan perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan

Menurut (Kotler, Philip, 2008) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut (Tjiptono, 2014) mendefinisikan pelayanan ialah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa dari suatu perusahaan.

Ada dua faktor utama yang dapat mempengaruhi pelayanan perusahaan yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan (*excepted service*).

Dari definisi-definisi tentang pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

Kinerja Karyawan

Dalam melaksanakan kerjanya, karyawan menghasilkan sesuatu yang disebut dengan kinerja. Pengertian dari kinerja yaitu hasil kerja seorang karyawan selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan misalnya standar, target, sasaran, atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama.

Menurut (Wirawan, 2009) kinerja karyawan adalah sebuah keluaran yang dihasilkan oleh fungsi-fungsi atau indikator-indikator suatu pekerjaan atau suatu profesi dalam kurun waktu tertentu. (Prawirosentono, 1999) mendefinisikan kinerja karyawan adalah sebuah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing dalam rangka upaya untuk mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral serta etika.

(Wilson Bangun, 2012) dalam pendapatnya mengatakan “kinerja (*performance*) adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan (*job requirement*)”. Persyaratan-persyaratan pekerjaan biasa disebut dengan standar kerja, yaitu tingkat yang diharapkan suatu pekerjaan tertentu untuk dapat diselesaikan dan diperbandingkan atas tujuan atau target yang ingin dicapai. Berdasarkan standar kerja yang ditetapkan perusahaan, karyawan dapat mematuhi standar tersebut sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai.

Kepuasan Konsumen

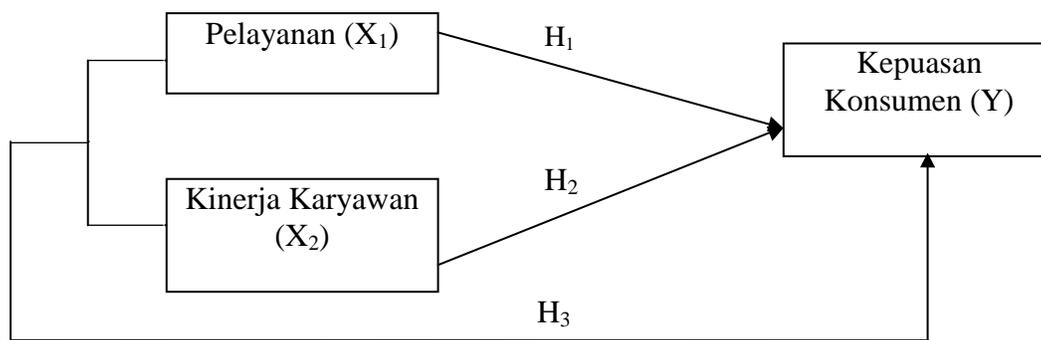
(Kotler, 2007) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut (Kotler, Philip, 2007) kepuasan konsumen didefinisikan sebagai tingkat perasaan senang seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan membuat dalam perasaan senang atau kecewa di benak konsumen. Apabila kinerja telah sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa senang dan puas. Maka sebaliknya apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas.

Menurut (Tjiptono, 2014) kepuasan konsumen merupakan situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang di dapatkan di bandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan konsumen, perusahaan memang dituntut ketajaman untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Pembelian akan bergerak setelah membentuk persepsi nilai penawaran, sedangkan kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja dari penawaran dibandingkan dengan harapannya.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 1. Kerangka Konseptual

HIPOTESIS

- H1: Pelayanan secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.
- H2: Kinerja karyawan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.
- H3: Pelayanan dan kinerja karyawan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuesioner, karena mendapatkan keterangan fakta yang diketahui oleh responden atau juga mengenai pendapat atau sikap. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang akan diisi oleh konsumen yang berbelanja di Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

Populasi Dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 6.000 konsumen yang berbelanja di Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

Menurut (Sugiyono, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan menggunakan rumus Slovin, dimana jumlah sampel dan responden diambil berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu pada konsumen yang berbelanja di Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Berikut adalah varian jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan kuesioner sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Kurang Setuju (KS)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase %
1.	<15 tahun	1	1,0%
2.	15-21 tahun	73	74,5%
3.	30-45 tahun	21	21,4%
4.	>50 tahun	3	3,1%
	Total	98	100

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1.	Laki-laki	29	29,6%
2.	Perempuan	69	70,4%
	Total	98	100

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase%
1.	Pegawai Negeri Sipil	6	6,1%
2.	Mahasiswa/pelajar	66	67,3%
3.	Karyawan swasta	3	3,1%
4.	BUMN	1	1,0%
5.	Wiraswasta	5	5,1%
6.	Lainnya	17	17,3%
	Total	98	100

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase %
1.	SMA/Sederajat	76	77,6%
2.	D3	5	5,1%
3.	S1	14	14,3%
4.	S2	3	3,1%
	Total	98	100

UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan kepada 98 orang konsumen di Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Dengan $n=98$, $df= n - 2 = 98 - 2 = 96$, maka pada $\alpha = 0,05$ maka diperoleh $r_{tabel} = 0,199$.

Variabel Pelayanan X_1

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Pelayanan X_1

Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Hasil
X1.1	0,199	0,667	Valid
X1.2	0,199	0,793	Valid
X1.3	0,199	0,783	Valid
X1.4	0,199	0,435	Valid
X1.5	0,199	0,699	Valid

Variabel Kinerja Karyawan (X_2)

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kinerja Karyawan X_2

Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Hasil
X2.1	0,199	0,778	Valid
X2.2	0,199	0,794	Valid
X2.3	0,199	0,787	Valid
X2.4	0,199	0,805	Valid
X2.5	0,199	0,707	Valid

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Item Pertanyaan	R Tabel	R Hitung	Hasil
Y.1	0,199	0,790	Valid
Y.2	0,199	0,856	Valid
Y.3	0,199	0,878	Valid

Uji Reliabilitas Data

Pedoman alat mengukur reliabilitas data dalam penelitian ini menurut (Sugiyono, 2018), yaitu dikatakan reliabel apabila nilai-nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dengan signifikansinya yang digunakan lebih besar dari 0,60 ($\alpha > 0.6$). Adapun hasil hitung reliabilitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
Pelayanan (X1)	0,700	Reliabel
Kinerja Karyawan (X2)	0,837	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,799	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel independent yaitu pelayanan (X1) dapat dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* variabel tersebut lebih dari 0,60 yaitu 0,700 atau $0,700 > 0,60$ dan pada variabel kinerja karyawan (X2) dapat dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* variabel tersebut lebih dari 0,60 yaitu 0,837 atau $0,837 > 0,60$. Sedangkan pada variabel dependent yaitu kepuasan konsumen (Y) juga dapat dikatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* variabel tersebut di atas 0,60 yaitu 0,799 atau $0,799 > 0,60$.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki data yang berdistribusi normal. Adapun pengambilan keputusan untuk data yang berdistribusi normal berdasarkan uji *one sample kolmogorov smirnov* yang dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,71390248
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,044
	Negative	-,082
Kolmogorov-Smirnov Z		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,103 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diperoleh besarnya *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,82 dan signifikan pada 0,103. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual terstandarisasi dan data memenuhi asumsi klasik pada uji normalitas.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Dengan jumlah sampel (n) sebanyak 98 responden dan jumlah variabel atau parameter (k) sebanyak 3 dengan tingkat kesalahan (α) = 5%, sehingga diperoleh nilai (df) = $n-k = 98-3 = 95$, maka t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1,66. Adapun hasil pengujian uji-t dapat dilihat pada Tabel 4.14 dibawah ini.

Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,882	1,182		2,439	,017
	Pelayanan (X1)	,150	,065	,206	2,321	,022
	Kinerja Karyawan (X2)	,300	,049	,541	6,094	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t) dari Tabel 4.14 dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,321 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,022 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Sedangkan, variabel kinerja karyawan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,094 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,439 atau 43,9 % yang menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh variabel pelayanan dan kinerja karyawan adalah 43,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,671 ^a	,451	,439	,98245

a. Predictors: (Constant), Disiplin, Motivasi

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independent) yaitu pelayanan dan kinerja karyawan terhadap variabel terikat (dependent) yaitu kepuasan konsumen.

Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,882	1,182		2,439	,017
	Pelayanan (X1)	,150	,150	,206	2,321	,022
	Kinerja Karyawan (X2)	,300	,049	,541	6,094	.000

a. Dependent Variable: Kinerja (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 4.16, diperoleh persamaan regresi linear berganda berikut:

$$Y = 2,882 + 0,150 X_1 + 0,300 X_2$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

X₁ : Pelayanan

X₂ : Kinerja Karyawan

Persamaan diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta

Konstanta (α) = 2,882 berarti bahwa dengan mengesampingkan variabel pelayanan (X1), kinerja karyawan (X2), maka besarnya tingkat kepuasan konsumen (Y) pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe sebesar 2,882 satuan.

2. Nilai Variabel X_1 (Pelayanan)

Nilai Variabel X_1 (Pelayanan) sebesar 0,150. Ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_1) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain, jika variabel pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe akan ikut meningkat sebesar 0,150 satuan.

3. Nilai Variabel X_2 (Kinerja Karyawan)

Nilai variabel X_2 (disiplin) sebesar 0,300. Ini menunjukkan bahwa variabel kinerja karyawan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, atau dengan kata lain. Jika variabel kinerja karyawan kerja meningkat, maka kepuasan konsumen Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe akan ikut meningkat sebesar 0,300 satuan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji parsial, variabel pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $2,321 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,022 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Dapat dikatakan variabel pelayanan tidak signifikan karena berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,022 lebih besar dari 0,05 (tingkat kepercayaan yang dipilih) maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Nilai ini memberikan pengertian bahwa keterkaitan antara pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe cukup kuat dan positif, artinya apabila semakin baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan Mini Market Arifamart, maka semakin baik pula kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart tersebut.

Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji parsial, variabel kinerja karyawan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $6,094 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa kinerja

karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

Nilai ini memberikan pengertian bahwa keterkaitan antara kinerja karyawan dengan kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe cukup kuat dan positif, artinya apabila semakin baik kinerja karyawan yang diberikan oleh karyawan Mini Market Arifamart, maka semakin baik pula kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi (2019), yang menyatakan bahwa pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Pelayanan dan Kinerja karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji simultan, nilai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $39,004 > 3,09$. Dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka artinya pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

Berdasarkan hasil penelitian ini, pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Nilai ini memberikan pengertian bahwa keterkaitan antara pelayanan dan kinerja karyawan dengan kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe cukup kuat dan positif, artinya apabila semakin baik pelayanan dan kinerja karyawan yang diberikan oleh karyawan Mini Market Arifamart, maka semakin baik pula kepuasan konsumen pada Mini Market Arifamart tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan mengacu pada perumusan serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan dan kinerja Karyawan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe.

2. Pelayanan berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Dalam penelitian ini, pelayanan merupakan variabel kedua dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,150.
3. Kinerja Karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe. Dalam penelitian ini, kinerja karyawan merupakan variabel paling dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,300.

Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mini Market Arifamart Kota Lhokseumawe:

1. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi dalam upaya meningkatkan Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen serta dapat menjadi bahan renungan yang positif bagi para pebisnis dan agar dapat menerapkan kegiatan jual beli yang benar dan sesuai Syariah.
2. Bagi pihak Mini Market Arifamart diharapkan agar lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang kurang diteliti atau diluar model penelitian ini. Selain faktor Pelayanan dan Kinerja Karyawan, juga terdapat faktor-faktor lain yang juga memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar dapat memperbaiki keterbatasan penelitian ini. Untuk mendapatkan hasil yang lebih mempresentasikan keadaan yang sebenarnya, maka peneliti dapat memperbanyak jumlah sampel.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Bandung: Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip, G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. dan K.L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Indeks.
- Muhammad. (2011). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Prawirosentono, S. (1999). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Rambat, L. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sudjana, N. (2016). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Cetakan Ke Tiga). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran* (Kedua). Yogyakarta: Andi Offset.
- Wilson, B. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Sumber Jurnal:

- Gultom, V, S, D., Situmorang, T, G., Arindi, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Cleaning Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. ISS Indonesia. Jurnal Mutiara Manajemen*, Vol. 3, No.1, 2018. e- ISSN: 2579-759X.
e-journal.sari-mutiara.ac.id
- Jodi Setiawan Antok Gede Wayan I, (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Adyamurthi Di Kediri Tabanan. Jurnal Satyagraha*, Vol. 01, No.02, Agustus 2018-Januari 2019 ISSN: 2620-6358.
ejournal.universitasmahendradatta.ac.id
- Subagja, K, I., Hakim, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Candi Semarang. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 8, No. 3 September-Desember 2020, p-ISSN: 2338-4794, e-ISSN: 2579-7476.

ojs.ekonomi-unkris.ac.id

Sasoengko, N., & Putri, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta). Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.* ISSN: 2460-0784.

publikasiilmiah.ums.ac.id

Sunarsih, P, A, D., & Nurtjahjani, F. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Sepatu Invisible Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis, Volume: 4, No: 2, Desember 2018, ISSN: 2407-3741.*

jab.polinema.ac.id

Amelia, R., S.U., R., D. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Pasien Rawat Inap RS. Pelabuhan Jakarta). Jurnal Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.*

ejournal3.undip.ac.id

Sumber Skripsi:

Hasanah Maohizatul. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Taspen. (Persero) Kantor Cabang Mataram).* Universitas Muhammadiyah Mataram.

repository.ummat.ac.id

Lubis Putri Astuti Lesly. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada KOPMA UMS).* Universitas Muhammadiyah Surakarta.

eprints.ums.ac.id

Hafisah Siti. (2020). *Pengaruh Tingkat Pelayanan Dan Kinerja Terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket 212 Sungai Kambang Kota Jambi.* Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

repository.uinjambi.ac.id