

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Toko terhadap Kepuasan
Konsumen Fotocopy di Kota Cirebon**

Karoma Nur Imaya¹, Anita², Indah³, Fakhri Mujahid Maolani⁴

¹²³Universitas Swadaya Gunung Jati

⁴ Universitas Singaperbangsa Karawang

mayacamay28@gmail.com, nitaby3@gmail.com, indahsari180932@gmail.com

raden.maulany431@gmail.com

ABSTRACT.

This study aims to determine, explain, and analyze the effect of service quality and store image on photocopier customer satisfaction in Cirebon City. This study uses a verification analysis method with a quantitative approach. The population in this study were photocopier consumers in Cirebon City, a sample of 96 respondents was calculated using the hair method. The sampling technique used in this study was accidental sampling, namely taking respondents at random who were suitable as research samples. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results showed that there was a partial or simultaneous influence between service quality and store image on photocopier customer satisfaction in the city of Cirebon.

Keywords: *Service quality; Store Image; Consumer Satisfaction*

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen fotocopy di Kota Cirebon. Penelitian ini menggunakan metode analisis verifikatif dengan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen fotocopy di Kota Cirebon, sampel berjumlah 96 responden dihitung dengan menggunakan metode hair. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling yaitu pengambilan responden secara acak yang cocok untuk dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen fotocopy di Kota Cirebon.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan; Citra Toko; Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dunia semakin hari semakin berkembang. Segala kegiatan dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu teknologi yang banyak dimanfaatkan adalah mesin fotocopy. Sebelum adanya mesin fotocopy, pekerjaan yang banyak dilakukan menggandakan suatu dokumen atau catatan hanya dapat dikerjakan secara manual. Adanya fotocopy membuat pekerjaan untuk

mengandakan dokumen dapat dikerjakan dengan cepat dan mudah tanpa harus menyalin satu per satu. Seiring dengan perkembangan zaman, mesin fotocopy juga mengalami perkembangan. Penyempurnaan mesin fotocopy terus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari fotocopy hitam putih menjadi fotocopy berwarna yang menyerupai aslinya. Selain itu, mesin fotocopy saat ini dapat beroperasi dengan lebih cepat (Hananto, 2018)

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk, sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Kepuasan didasarkan pada pengalaman hidup seseorang atau pekerjaan berhubungan dengan persepsi melalui perbandingan psikologis antara tindakan dan hasil yang diinginkan. (Bahar & Sjaharuddin, 2015) Pelanggan merupakan aset bagi perusahaan dengan pemasaran yang semakin ketat tanpa memiliki pelanggan tetap perusahaan dengan mudah mengalami resiko kemunduran dalam perusahaan dengan bisnisnya. Bahkan Bahkan lebih ekstrem lagi perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup besar dan ditinggalkan oleh pelanggan.

Upaya merebut dan mempertahankan pelanggan diperlukan strategi yang membutuhkan komitmen, baik dana maupun sumber daya manusia yang tujuannya agar produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan. Bagi perusahaan agar dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan salah satunya dengan memberikan nilai dan kepuasan pelanggan serta menjadi ciri pembeda produk dengan produk pesaing. (Ma'mun, Widiyanto, & Mudiantono, 2014) Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Qomariah, 2016)

Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy* dan *reliability*). (Lupiyoadi, 2013) Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkembangkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangible*), yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai yang

diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan. (Buchari, 2011) Jika layanan yang diberikan oleh perusahaan memuaskan maka pelanggan akan loyal terhadap perusahaan yang akan berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis. Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen akan menimbulkan banyak kerugian bagi perusahaan. (Setiawan, Qomariah, & Hermawan, 2019)

Persaingan dalam bidang pemasaran semakin ketat, sangat penting bagi perusahaan mengembangkan keunggulan yang kompetitif berkelanjutan. Salah satu strategi bersaing dalam pasar adalah dengan membangun citra toko yang baik dimata konsumen maupun masyarakat umum. Karena citra toko dapat mempengaruhi proses pembelian terhadap suatu produk. Citra yang baik juga akan menyebabkan konsumen mengabaikan informasi dari perusahaan lain dan tetap setia pada produk yang ditawarkan perusahaan karena konsumen tersebut sudah percaya dengan produk perusahaan, sehingga kepuasan dan loyalitas konsumen pun dapat terwujud. (Hamdani, 2017)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sriani, Tamsah, & Betan, 2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara kualitas pelayan dan citra terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, Qomariah, & Hermawan, 2019) hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hamdani, 2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra toko terhadap kepuasan konsumen.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk (1) untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen fotocopy di Kota Cirebon, (2) untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis pengaruh citra toko terhadap kepuasan konsumen fotocopy di Kota Cirebon, dan (3) untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen fotocopy di Kota Cirebon. Berdasarkan pemaparan pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen fotocopy di Kota Cirebon”.

METODE PENELITIAN

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan (X1), citra toko (X2), dan kepuasan konsumen (Y). Menurut (Kotler, 2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2014) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut (Suryani, 2013, p. 86) citra toko adalah

segala hal yang terkait dengan toko yang ada di benak konsumen atau kesan konsumen tentang suatu toko

Penelitian ini menggunakan metode analisis verifikatif dengan jenis pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen fotocopy di Kota Cirebon, sampel berjumlah 96 responden dihitung dengan menggunakan metode hair. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling yaitu pengambilan responden secara acak yang cocok untuk dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.509	.691		3.633	.000
	Kualitas_Pelayanan	.133	.118	.114	2.125	.004
	Citra_Toko	.221	.116	.192	2.903	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen

Sumber: Pengolahan data, 2023

Hasil analisis pada tabel 1 dapat disimpulkan apabila nilai kualitas pelayanan (X1) dan citra toko (X2) adalah 0, maka nilai kepuasan konsumen adalah sebesar 2,509. Penjelasan mengenai koefisien regresi antar variabel dapat dijelaskan yaitu, (1) koefisien regresi kualitas pelayanan adalah 0,133, yang mengartikan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon sebesar 0,133 satuan. Jika nilai citra toko (X2) dianggap konstan. (2) Koefisien regresi citra toko adalah 0,221, yang mengartikan setiap kenaikan satu satuan citra toko akan meningkatkan kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon sebesar 0,221 satuan. Jika nilai kualitas pelayanan (X1) dianggap konstan

Uji - t

Pengujian hipotesis pengaruh parsial antara kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Uji - t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.509	.691		3.633	.000
	Kualitas_Pelayanan	.133	.118	.114	2.125	.004
	Citra_Toko	.221	.116	.192	2.903	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_konsumen

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan adalah 2,125. Nilai thitung diatas selanjutnya dibandingkan t tabel dengan tingkat signifikan 5%, $df = n - 2 = 96 - 2 = 94$ diperoleh t tabel = 1,978. Dengan demikian diketahui nilai t hitung (2,125) > t tabel (1,978), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak maka H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon.

Pada tabel 2 nilai thitung variabel citra toko adalah 3,135. Nilai t hitung diatas selanjutnya dibandingkan ttabel dengan tingkat signifikan 5%, $df = n - 2 = 96 - 2 = 94$ diperoleh t tabel = 1,978. Dengan demikian diketahui nilai t hitung (2,903) > t tabel (1,978), maka dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak maka H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara citra toko terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon.

Uji - f

Pengujian hipotesis pengaruh simultan antara kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Uji - f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.647	2	1.824	5.518	.006 ^b
	Residual	67.342	93	.724		
	Total	70.990	95			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan nilai Fhitung= 5,518 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan nilai Ftabel= 3,070. Nilai Fhitung > Ftabel (5,518 > 3,070) dan tingkat signifikansi (0,000 < 0,050) dengan hipotesa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon. Koefisien

regresi kualitas pelayanan adalah 0,133, yang mengartikan bahwa setiap kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon sebesar 0,133 satuan.

Jika layanan yang diberikan oleh perusahaan memuaskan maka pelanggan akan loyal terhadap perusahaan yang akan berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis. Kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen akan menimbulkan banyak kerugian bagi perusahaan. (Setiawan, Qomariah, & Hermawan, 2019). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan. (Gilbert, Veloutsou, Goode, & Moutinho, 2004)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sriani, Tamsah, & Betan, 2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Citra Toko terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra toko terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon. Koefisien regresi citra toko adalah 0,221, yang mengartikan setiap kenaikan satu satuan citra toko akan meningkatkan kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon sebesar 0,221 satuan.

Citra yang baik juga akan menyebabkan konsumen mengabaikan informasi dari perusahaan lain dan tetap setiap pada produk yang ditawarkan perusahaan karena konsumen tersebut sudah percaya dengan produk perusahaan, sehingga kepuasan dan loyalitas konsumen pun dapat terwujud. (Hamdani, 2017)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hamdani, 2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra toko terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Toko terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra toko mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang diteliti oleh (Sriani, Tamsah, & Betan, 2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan citra terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen Fotocopy di Kota Cirebon. Pada variabel citra toko mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menghasilkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang lebih kecil dibandingkan citra toko, maka sebaiknya pemilik usaha Fotocopy di Kota Cirebon dapat menerapkan pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), terdapat jaminan pelayanan (*assurance*), dan menerapkan empati (*empathy*) diberikan secara konsekuen agar mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Bahar, A., & Sjahrudin, H. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *JURNAL ORGANISASI DAN MANAJEMEN*, 3.

Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Gilbert, G., Veloutsou, C., Goode, M., & Moutinho, L. (2004). Measuring customer satisfaction in the fast food industry: a cross-national approach. *Journal of Services Marketing*, 18(5).

Hamdani, M. L. (2017). Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Busana Indofashion Azizah Kediri). *Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Ibrahim*.

Hananto, H. (2018). Pengaruh Citra Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Cikka Fotocopy Yogyakarta.

Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.

Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Ma'mun, M., Widiyanto, I., & Mudiantono. (2014). STUDY TENTANG KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT MEMBELI ULANG. *Jurnal Sains Pemasaran Indonnesia*, 13(3).

Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.

Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2).

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Volume 5 No 6 (2023) 3155-3163 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351
DOI: 10.47467/alkharaj.v5i6.3697

Sriani, I., Tamsah, H., & Betan, A. (2019). PENGARUH CITRA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PASIEN JKN DI PUSKESMAS CAILE KABUPATEN BULUKUMBA. *YUME : Jurnal of Management*, 2(2).

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.