

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh Bolinggo di Kabupaten Probolinggo

Ricko Abdullah; ryckoavm27@gmail.com¹
Nurul Akramiah; nurul.aidan04@gmail.com²
Dyajeng Puteri Woro Subagio; dyajengsubagio@gmail.com³
Universitas Merdeka Pasuruan

ABSTRAK

Kepuasan Pelanggan salah satu komponen penting dari suatu keberhasilan bisnis. Pelanggan puas jika evaluasi setelah pembelian menunjukkan bahwa kinerja produk atau jasa setidaknya memenuhi harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan pada pusat oleh-oleh Bolinggo di Kabupaten Probolinggo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria minimal beli 1 kali atau yang pernah belanja di Bolinggo dengan jumlah 133 responden. pengujian data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, uji koefisien determinan dan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan (1) kualitas pelayanan dan servicescape secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil nilai signifikan $0,00 < 0,05$. (2) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil nilai signifikan $0,00 < 0,05$. (3) servicescape secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil nilai signifikan $0,14 < 0,05$. Hasil uji koefisien determinan model yang di dapat dalam besarnya pengaruh variabel kualitas pelayan dan servicescape terhadap kepuasan pelanggan yaitu 62.2%, sedangkan sisanya 37.8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan; Servicescape; Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

Customer satisfaction is an important component of business success. Customers are satisfied if the evaluation after purchase shows that the performance of the product or service at least meets customer expectations. This research aims to determine the influence of service quality and servicescape on customer satisfaction at the Bolinggo souvenir center in Probolinggo Regency. The research method used is a quantitative method. The sampling technique used purposive sampling with the criteria of buying at least once or having shopped in Bolinggo with a total of 133 respondents. The data tests used are descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear analysis, determinant coefficient tests and hypotheses. The research results show (1) service quality and servicescape simultaneously and significantly influence customer satisfaction with a significant value of $0.00 < 0.05$. (2) Service quality partially and significantly influences customer satisfaction with a significant value of $0.00 < 0.05$. (3) servicescape partially and significantly influences customer satisfaction with a significant value of $0.14 < 0.05$. The results of the model determinant coefficient test obtained in terms of the magnitude of the influence of service quality and servicescape variables on customer satisfaction, namely 62.2%, while the remaining 37.8% is influenced by other variables outside this research.

Keywords: *Service Quality; Servicescape; Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Probolinggo merupakan kawasan wisata yang dikenal dengan wisata alam yang indah, selain itu Probolinggo juga di kenal dengan oleh - oleh khas probolinggo yang di produksi langsung oleh UMKM, Salah satunya di jual ditoko Bolinggo yang ini berada di jalur pantura dengan jarak hanya 3,2 kilometer dari Gerbang Tol Tongas. Tidak sedikit wisatawan Bromo, melainkan juga wisatawan Banyuwangi-Bali yang melewati Pantura Probolinggo, Bolinggo juga menjadi jujukan wisatawan.

Pada saat mr kn dan teman-temannya berkunjung ke Bolinggo untuk membeli berbagai macam oleh-oleh dan pakaian khas Bolinggo, mr kn mendapatkan pelayanan yang kurang optimal, pada saat awal masuk kedalam toko Bolinggo mr kn merasa kualitas pelayanan disana tidak ramah mulai dari penyambutan konsumen yang tidak baik, nada bicara yang kurang ramah dan tidak menerapkan 3S (senyum,sapa dan salam), selain kualitas pelayanan yang kurang optimal mr kn merasa penataan ruangan di Bolinggo tidak rapi dan kondisi lingkungan sekitar membosankan sehingga mengakibatkan konsumen merasa tidak nyaman.

Tidak sedikit pengunjung pusat oleh-oleh Bolinggo yang mengeluh tentang kualiitas pelayanan di Bolinggo yang kurang optimal. Berdasarkan wawancara dengan mr kn yang mendapatkan pelayanan yang kurang baik. Selain itu mr a juga sebagai pelanggan Bolinggo juga merasakan hal yang sama dengan mr kn diantaranya kualitas pelayanan dan penataan ruangan dan kondisi lingkungan sekitar yang terdapat pada pusat oleh-oleh khas Bolinggo kurang baik. Oleh karena itu pelanggan merupakan salah satu faktor kunci mencapai keberhasilan di dunia bisnis, karena pelanggan sebagai pengguna dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Indrasari (2019), kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan suatu bisnis, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana persepsi terhadap kinerja produk/jasa setidaknya memenuhi harapan pelanggan, sehingga Pelanggan yang puas cenderung akan loyal dan terus melakukan pembelian ulang dan dapat mempertahankan kelangsungan bisnis sebagai meningkatkan reputasi perusahaan.

Tjiptono (2015:121) yang mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Mengacu pada definisi tersebut, kualitas pelayanan juga dapat di wujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Lovelock & Lauren, (2012) menyatakan kondisi servicescape layanan yang dialami oleh pelanggan memainkan peranan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (mengurangi) kepuasan pelanggan, khususnya pada jasa dengan tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan manusia dalam prosesnya. Servicescape juga merupakan kesan - kesan yang diciptakan pada panca indera oleh perancangan lingkungan fisik.

Berdasarkan hasil penelitian ini didukung oleh Lubis (2013) dan Rumagit (2013) Mirna (2014) Juliana (2021) sebagaimana dikemukakan diatas bahwa bahwa kualitas pelayanan dan *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dan *servicescape* merupakan suatu ancaman dan pengaruh yang saling berkesinambungan dalam dunia bisnis untuk kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian dan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan pada pusat oleh-oleh Bolinggo di Kabupaten Probolinggo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan sampel diambil menggunakan rumus slovin yang berjumlah 133 responden dari perhitingan 200 pelanggan pada bulan jan-feb 2024 yang merupakan Pelanggan pusat oleh-oleh bolinggo yang pernah belanja minimal satu kali. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Responden

1. Analisis Deskriptif Responden Frekuensi Pembelian

Berdasarkan hasil koesioner dengan 133 responden bahwa responden dengan Frekuensi Pembelian dengan kriteria pertama Kali sebanyak 55 orang (41,4%), kriteria 2-3 kali sebanyak 46 orang (34,6%) kriteria 3-4 Kali sebanyak 18 orang (13,5%) dan kriteria > 4 Kali sebanyak 14 orang (10,5%). Dari hasil data tersebut data disimpulkan bahwa jumlah frekuensi pembelian terbanyak pada Pusat Oleh-Oleh Bolinggo adalah pertama kali pembelian.

2. Analisis Deskriptif Responden Tujuan Membeli

Berdasarkan hasil koesioner dengan 133 responden bahwa responden tujuan yang membeli sebagai Oleh-Oleh sebanyak 71 orang (53,4%), konsumsi pribadi sebanyak 57 orang (42,9%) dan jastip sebanyak 5 orang (3,7%) Dari hasil data tersebut data disimpulkan bahwa pelanggan yang paling mendominasi adalah sebagai Oleh-Oleh untuk kerabatnya sebanyak 71 orang dengan persentase (53,4%).

3. Analisis Deskriptif Responden Destinasi

Berdasarkan hasil koesioner dengan 133 responden bahwa responden destinasi yang dari bromo sebanyak 62 orang (46,6%), alun-alun probolinggo 10 orang (7,5%), pantai probolinggo 13 orang (9,8%), pelabuhan 4 orang (3,0%), bjbr 5 orang (3,8%), pasuruan 5 orang (3,8%) dan lainnya 34 orang (25,5%) Dari hasil data tersebut data disimpulkan bahwa pelanggan yang paling banyak destinasi tersebut adalah dari gunung bromo 62 orang dengan persentase (46,6%).

Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak dari suatu variable dengan nilai Sig > 0,05 pada uji Kolmogorov- Smirnov, maka data penelitian ini dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

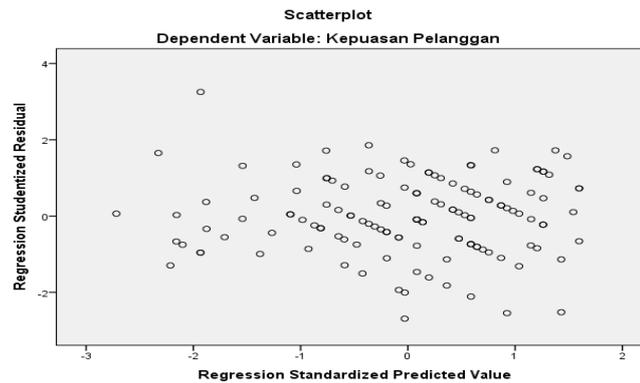
Asymp. Sig (2-tailed)	Alpha	Keterangan
0,200	0,050	Berdistribusi Normal

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan menguji apakah sebuah model regresi terdapat ketidakseragaman varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain yang bersifat tetap. Jika terjadi perbedaan varians residual antara pengamatan-pengamatan, maka disebut sebagai heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Gambar 1. Hasil Uji ScatterPlot



Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Dari gambar diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara merata diatas, dibawah, disamping kiri dan kanan angka 0 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terjadi gejala heterokedstisitas.

3. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui variabel independen yang satu dengan yang lain berkorelasi atau tidak.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,374	2,878	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Servicescape	0,374	2,878	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas variabel kualitas pelayanan dengan nilai tolerance 0,374 > 0,10; nilai VIF 2,878 < 10,00. Nilai tolerance dari variabel Kualitas Pelayanan 0,374 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,878 < 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada variabel kualitas pelayanan.

Variabel Servicescape dengan nilai tolerance 0,374 > 0,10; nilai VIF 2,878 < 10,00. Nilai tolerance dari variabel Servicescape 0,374 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,878 < 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada variabel Servicescape.

4. Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang linier antara variabel dependen dengan variabel independen. Dasar pengambilan keputusan untuk uji Linieritas yaitu apabila nilai dari Deviation From Linearity > 0,05 maka dapat disimpulkan ada hubungan linier antara variabel dependen dan variabel independen.

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas

Variable	Linearity	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,132	Linier
Servicescape	0,065	Linier

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel 5 hasil tabel uji linieritas diatas dapat dilihat pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai nilai linierity sebesar 0,132 > 0,05, Variabel Servicescape (X2) mempunyai nilai linierity sebesar 0,065 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier dari variabel Kualitas Pelayanan, dan Servicescape terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

5. Hasil Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi.

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	Keterangan
2,220	Non Autokorelasi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Hasil uji Durbin-Watson jika $DU < DW < 4-DL$ maka tidak terjadi autokorelasi. Pada hasil penelitian ini diperoleh $DW = 2,220$ $DU = 1,745$ $4-DU = 1,683$ Maka kesimpulan bahwa tidak ada gejala autokorelasi pada penelitian ini (Non-Autokorelasi).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X_1), *Servicescape* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variable Dependen	Variable Independen	Unstandardized Coefficients		Sig
		B	Std. Error	
Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan	0,210	0,032	0,000
	<i>Servicescape</i>	0,103	0,041	0,014
	konstanta	7,443	0,914	0,000

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan analisis regresi linier berganda pada tabel diatas maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,443 + 0,210 X_1 + 0,103 X_2$$

- Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 7,443 sehingga dapat disimpulkan bahwa jika semua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), *Servicescape* (X_2) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 7,443.
- Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai koefisien positif yaitu sebesar 0,210, artinya bahwa Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh positif atau searah terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan jika Kualitas Pelayanan (X_1) mengalami kenaikan 1% maka Kinerja Pegawai akan naik sebesar 0.210 atau 21.0% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- Variabel *Servicescape* (X_2) memiliki nilai koefisien positif yaitu sebesar 0,103, artinya bahwa *Servicescape* (X_2) berengaruh positif atau searah terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan jika *Servicescape* (X_2) mengalami kenaikan 1% maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,103 atau 10,3% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen (X) sebagai menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin kecil, maka kemampuan variabel variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen rendah.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variable Independen	Variable Dependen	R square	Adjusted R Square
Kualitas Pelayanan <i>Servicescape</i>	Kepuasan Pelanggan	0,622	0,616

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas dilihat dari R Square sebesar 0,622 atau sama dengan 62,2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh penelitian variabel Kualitas Pelayanan dan Servicescape terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 62,2%, sedangkan sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (uji F)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Servicescape (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dasar pengambilan keputusan uji F yaitu jika nilai sig < 0,05 maka H1 diterima H0 ditolak, jika nilai sig > 0,05 maka H0 diterima H1 ditolak dan jika Fhitung Ftabel maka H1 diterima dan Ho ditolak, $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan(Uji F)

Variable Independen	Variable Dependen	Fhitung	Ftabel	Sig.	Keputusan
Kualitas Pelayanan <i>Servicescape</i>	Kepuasan Pelanggan	106,936	3.07	0,000	H1 Diterima

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis uji F pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05, dan nilai Fhitung sebesar 106,936 > Ftabel sebesar 3,07 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima yang artinya Kualitas Pelayanan (X1), dan Servicescape (X2) secara Simultan berpengaruh sangat signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Uji Parsial (uji T)

Uji t ini digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan(Uji T)

Variable Independen	Variable Dependen	Thitung	Ttabel	Sig.	Keputusan
Kualitas Pelayanan	Kepuasan	6.475	1.978	0,000	H1 Diterima
<i>Servicescape</i>	Pelanggan	2.499	1.978	0,014	H1 Diterima

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis uji T variabel kualitas pelayanan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05, dan nilai T hitung sebesar 6.475 > Ttabel sebesar 1.978 dan variabel *Servicescape* diketahui bahwa nilai Sig sebesar 0,014 < 0,05, dan nilai T hitung sebesar 2.499 > Ttabel sebesar 1.978 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima yang artinya Kualitas Pelayanan dan *Servicescape*, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

Kualitas Pelayanan Dan *Servicescape* terhadap Kepuasan Pelanggan pada pusat Oleh-Oleh bolinggo Di Kabupaten Probolinggo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F Hitung lebih

besar dari F table yaitu $106,93 > 3,70$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan servicescape secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga H1 pada Hipotesis 1 diterima. Pada penelitian ini hasil uji Uji Koefisien Determinasi (R²) model yang di dapat dalam besarnya pengaruh variabel kualitas pelayan dan *servicescape* terhadap kepuasan pelanggan yaitu 62.2%, sedangkan sisanya 37.8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian lain.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pusat Oleh-Oleh bolinggo Di Kabupaten Probolinggo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai T hitung lebih besar dari T table yaitu $6.475 > 1,978$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga H1 pada Hipotesis 2 diterima.

Servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada pusat Oleh-Oleh bolinggo Di Kabupaten Probolinggo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai T hitung lebih besar dari T table yaitu $2,499 > 1,978$ dan nilai sig $0,014 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *Servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Sehingga H1 pada Hipotesis 3 diterima.

REFERENSI

- Amelda, J. &. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2, 275-289.
- Asdhi. (2018). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di XL Center Malang. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol.17 No.2. Halaman 117-130.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: unitomo press.
- Juliana, A. P. (2021). Analisis Kualitas Layanan dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2 Februari 2021.275-288.
- Lovelock, c., & Lauren, K. W. (2012). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. INDEKS.
- Lubis, M. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *E- Journal Apresiasi Ekonomi*. Volume.1 Nomor.2, Mei 2013. www.stie-yappas.ac.id/jurnal/apresiasi_ekonomi. Diakses 09 Maret 2024. Hal. 77-85.
- Mirna,(2014). Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kentucky Fried Chicken Multimart Ranotana Manado.*Jurnal EMBA* Vol.2 No.4 Desember 2014, 2, 589-601.
- Rumagit, R. (2013). Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Jumbo Swalayan Manado. *Jurnal EMBA*.Vol.1NO.4.ISSN2303-1174. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/2648/2201>
- Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono , (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (1 edisi 28). Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi