

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Miniso Big Mall Samarinda

Muhammad Rifqy Rifani

Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka

rifqy.rifani@gmail.com

Andi Amri

Universitas Muhammadiyah Prof DR HAMKA, Jakarta

andiamri43@gmail.com

Abstract. *This study aims to test whether the Quality of Laundry Service affects Patient Satisfaction in RSUD Kab. Kediri. This study used a quantitative descriptive approach with a causal research design applied to determine the cause-and-effect relationship between the independent variable (Laundry Service Quality) and the dependent variable (Patient Satisfaction). The study population consisted of 224 non-medical employees of Kediri District Hospital. Non-probability sampling techniques with purposive sampling types are used to determine samples based on certain criteria. Using the Slovin formula and the 5% error standard, a sample of 34 employees was obtained. Data were collected using the Likert scale and analyzed to test hypotheses. The results showed that the calculated value for the Laundry Service Quality variable was 7.970, which was greater than the t-table of 2.037, with a significant value of 0.000 which was smaller than 0.050. This shows that the Quality of Laundry Service has a significant effect on Patient Satisfaction, so the hypothesis (H_a) is accepted. The regression coefficient value of 0.563 indicates that an increase of one unit in Laundry Service Quality will increase Patient Satisfaction by 0.563 units, while a decrease of one unit in Laundry Service Quality will decrease Patient Satisfaction by 0.968 units. An R^2 value of 0.665 indicates that 66.5% of the variation in Patient Satisfaction is explained by Laundry Service Quality, while the remaining 33.5% is influenced by other variables not studied in this study.*

Keywords: Service, Health, Patient

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah Kualitas Pelayanan Binatu berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien di RSUD Kab. Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian kausal diterapkan untuk menentukan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (Kualitas Pelayanan Binatu) dan variabel dependen (Kepuasan Pasien). Populasi penelitian terdiri dari 224 pegawai non medis RSUD Kab. Kediri. Teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling digunakan untuk menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Dengan menggunakan rumus Slovin dan standar error 5%, diperoleh sampel sebanyak 34 pegawai. Data dikumpulkan menggunakan skala Likert dan dianalisis untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel Kualitas Pelayanan Binatu adalah 7,970, yang lebih besar dari ttabel sebesar 2,037, dengan nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,050. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Binatu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pasien, sehingga hipotesis (H_a) diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 0,563 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan dalam Kualitas Pelayanan Binatu akan meningkatkan Kepuasan Pasien sebesar 0,563 satuan, sedangkan penurunan satu satuan dalam Kualitas Pelayanan Binatu akan menurunkan Kepuasan Pasien sebesar 0,968 satuan. Nilai R^2 sebesar 0,665 mengindikasikan bahwa 66,5% variasi dalam Kepuasan Pasien dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan Binatu, sementara 33,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pelayanan, Kesehatan, Pasien

PENDAHULUAN

Received Mei 03, 2024; Accepted Juni 04, 2024; Published Juli 30, 2024

*Muhammad Rifqy Rifani, rifqy.rifani@gmail.com

Kualitas pelayanan tidak hanya sekadar menawarkan produk atau layanan kepada pelanggan, tetapi mencakup seluruh interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan. Hal ini melibatkan berbagai aspek, mulai dari responsif terhadap kebutuhan pelanggan, keandalan dalam memberikan layanan yang dijanjikan, keramahan dan kesopanan staf, hingga kemudahan dalam proses transaksi dan pengalaman keseluruhan yang diberikan kepada pelanggan (Anggapratama & Irnawati, 2023). Kualitas pelayanan juga mencakup kemampuan penyedia layanan untuk memahami dan merespons kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan tepat, serta kemampuan untuk memberikan solusi atau bantuan yang efektif ketika diperlukan. Dalam bisnis dan industri, kualitas pelayanan telah diakui sebagai faktor kunci yang membedakan antara merek yang sukses dan yang tidak. Perusahaan yang berhasil menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan memuaskan seringkali memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dibandingkan dengan pesaingnya. Sebaliknya, perusahaan yang gagal memenuhi harapan pelanggan atau memberikan pelayanan yang kurang memuaskan berisiko kehilangan pelanggan dan merusak reputasi merek mereka (Setyawati, 2023).

Kualitas pelayanan juga merupakan elemen penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung akan menjadi pelanggan yang setia dan loyal, yang pada gilirannya dapat membantu meningkatkan pendapatan dan profitabilitas perusahaan. Selain itu, pelanggan yang puas juga lebih mungkin untuk memberikan rekomendasi positif kepada teman dan keluarga, yang dapat menjadi sumber pertumbuhan organik bagi bisnis. Namun, mencapai kualitas pelayanan yang baik bukanlah hal yang mudah (Wulansari, 2020). Hal ini membutuhkan komitmen dan upaya yang berkelanjutan dari seluruh organisasi, mulai dari manajemen hingga staf operasional. Perusahaan harus terus melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap proses pelayanan mereka, serta berusaha untuk memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka terima dari suatu perusahaan atau penyedia layanan. Hal ini mencakup sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi atau melebihi harapan, kebutuhan, dan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan aspek fungsional dari produk atau layanan, tetapi juga dengan pengalaman keseluruhan yang diberikan kepada pelanggan, termasuk interaksi dengan staf, proses pembelian, dan layanan purna jual (Satrya, R & Telagawathi, 2021).

Pelayanan adalah respons dan tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang lain. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan dapat diukur dengan membandingkan antara apa yang diinginkan pelanggan dengan kualitas layanan yang mereka terima atau rasakan (Maknunah & Astuningtyas, 2021). Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui berbagai cara, seperti survei kepuasan pelanggan, umpan balik langsung dari pelanggan, atau tingkat retensi pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan merek atau perusahaan, dan mereka lebih mungkin untuk membeli kembali produk atau menggunakan kembali layanan yang sama di masa depan (Afandi, 2018). Selain itu, pelanggan yang puas juga cenderung untuk merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain, sehingga berpotensi untuk meningkatkan reputasi dan pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam menilai kinerja dan kesuksesan suatu perusahaan atau bisnis. Perusahaan yang mampu memahami dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan mereka cenderung lebih sukses dalam jangka panjang, sementara perusahaan yang gagal dalam memuaskan pelanggan berisiko kehilangan pangsa pasar dan reputasi mereka. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, memprioritaskan kepuasan pelanggan menjadi kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan (Firmansyah, M. A., & Mahardika, 2018).

Miniso, sebagai salah satu merek ritel yang populer di Indonesia, memiliki banyak gerai di berbagai kota besar, termasuk Big Mall Samarinda. Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan bisnis ritel seperti Miniso. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak langsung pada tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini karena kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi yang dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap sebuah bisnis, seperti:

- Tangibles: Kebersihan dan kerapian toko, tampilan produk, dan fasilitas yang tersedia.
- Reliability: Keandalan dan konsistensi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- Responsiveness: Kesigapan dan kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan.
- Assurance: Kompetensi dan kemampuan karyawan dalam memberikan informasi dan solusi.
- Empathy: Kesigapan dan kesediaan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan (Tjiptono, F & Chandra, 2016).

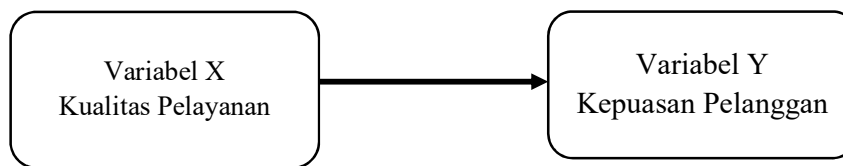
Ketika dimensi-dimensi ini terpenuhi, pelanggan akan merasa dihargai, terlayani dengan baik, dan kebutuhannya terpenuhi. Hal ini akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap Miniso, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1) apakah system penghargaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pasien Di RSUD Kab. Kediri? Berdasarkan permasalahan diatas maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Binatu Terhadap Kepuasan Pasien Di RSUD Kab. Kediri”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penlitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019)“Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penlitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik”. Data primer akan digunakan dalam penelitian ini, data yang telah di dapatkan akan diolah dan hasilnya berupa angka dan analisis deskriptif presentase, alat untuk mengolah data merupakan SPSS. Teknik pengumpulan data yang dikumpulkan dalam penelitian dalah dengan membuat pernyataan atau pertanyaan yuang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti atau biasa disebut kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Miniso Big Mall Samarinda. Dalam hal ini teknik sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Dimana dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada konsumen yang dipilih secara acak yang berjumlah 48 orang.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Berdasarkan kerangka pikir sebelumnya maka dapat dirumuskan suatu hipotesis yaitu:

H_a : Di duga terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan Miniso Big Mall Samarinda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan pada tahap penelitian menggunakan sampel berjumlah 48 responden, sehingga r_{tabel} yang digunakan yaitu 0,2353. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26. Penentuannya dengan melihat nilai r_{hitung} yang keluar pada saat pengujian validitas untuk dibandingkan dengan nilai r_{tabel} -nya. Dasar pengambilan keputusan yaitu (Sugiyono, 2019):

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan valid.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan tidak valid

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Kualitas Pelayanan (X)	KP1	0,7410	0,2353	Valid
	KP2	0,7670	0,2353	Valid
	KP3	0,6530	0,2353	Valid
	KP4	0,6640	0,2353	Valid
	KP5	0,7150	0,2353	Valid
	KP6	0,7530	0,2353	Valid
	KP7	0,8250	0,2353	Valid
	KP8	0,8470	0,2353	Valid
	KP9	0,5260	0,2353	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	KPL1	0,6370	0,2353	Valid
	KPL 2	0,6610	0,2353	Valid
	KPL 3	0,7040	0,2353	Valid
	KPL 4	0,8070	0,2353	Valid
	KPL 5	0,7820	0,2353	Valid
	KPL 6	0,7360	0,2353	Valid
	KPL 7	0,8150	0,2353	Valid
	KPL 8	0,5430	0,2353	Valid
	KPL 9	0,5730	0,2353	Valid
	KPL 10	0,7720	0,2353	Valid
	KPL 11	0,5780	0,2353	Valid
	KPL 12	0,5780	0,2353	Valid
	KPL 13	0,6140	0,2353	Valid
	KPL 14	0,4780	0,2353	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024).

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji validitas di atas maka dapat diketahui bahwa seluruh r_{hitung} pada butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari r_{tabel} , sehingga seluruh butir pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat dipergunakan untuk melakukan penelitian berulang.

Uji Reliabilitas

Penentuannya dengan melihat nilai *Cronsbach Alpha*. Dasar pengambilan keputusan yaitu (Sugiyono, 2016):

1. Apabila nilai *Cronsbach Alpha* $> 0,6$ maka alat ukur reliabel.
2. Apabila nilai *Cronsbach Alpha* $< 0,6$ maka alat ukur tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronsbach Alpha</i>	Standar	Hasil
Kualitas Pelayanan (X)	0,882	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,891	0,600	Reliabel

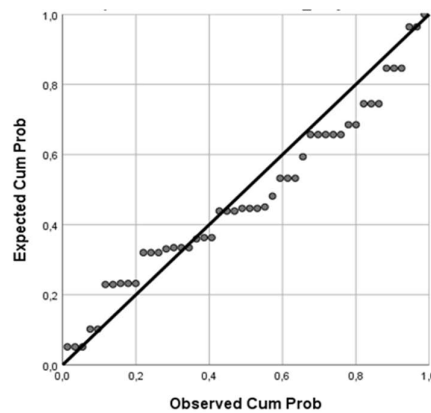
Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024).

Berdasarkan Tabel 2. hasil uji reliabilitas di atas maka dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronsbach Alpha* di atas 0,600 yang artinya seluruh variabel dalam penelitian ini terbukti memenuhi kriteria uji reliabilitas. Sehingga hasil pengujian akan sama apabila dilakukan pengujian berulang.

Uji Normalitas

Penentuannya dengan melihat grafik *normal probability-plot*. Dasar pengambilan keputusan yaitu (Sugiyono, 2016):

1. Apabila data pada grafik *normal probability-plot* tersebar di antara garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka model regresi terdistribusi secara normal.
2. Apabila data pada grafik *normal probability-plot* tersebar tidak merata di antara garis diagonal dan menjauhi arah garis, maka model regresi tidak terdistribusi secara normal.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024).

Berdasarkan gambar 2 hasil uji normalitas di atas maka dapat diketahui bahwa data pada grafik *normal probability-plot* tersebar di antara garis diagonal dan mengikuti arah garis, maka model regresi terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai VIF dan Tolerance pada tabel koefisien. Apabila nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji multikolinearitas yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error					
1 (Constant)	18,309	2,016	9,080	,000		
Kualitas_Pelayanan	,968	,074	13,112	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024).

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji multikolinearitas di atas maka dapat diketahui bahwa nilai VIF seluruh variabel dalam penelitian ini < 10 , dan nilai Tolerance seluruh variabel dalam penelitian ini $> 0,1$. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi yang dipergunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui nilai dan persamaan regresi (Sugiyono, 2016). Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + bX + e$$

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error					
1 (Constant)	18,309	2,016	9,080	,000		
Kualitas_Pelayanan	,968	,074	13,112	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024).

Berdasarkan Tabel 4 hasil analisis regresi linear sederhana di atas maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 18,309 + 0,968X + e$$

Dengan penjelasan yang lebih rinci terhadap persamaan regresi di atas yaitu sebagai berikut:

1. Nilai konstanta variabel kepuasan pelanggan yaitu 18,309 yang artinya kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh konsumen Miniso Big Mall Samarinda telah memiliki nilai tetap yaitu 18,309 apabila variabel lainnya diabaikan.
2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,968 yang artinya apabila kualitas pelayan pada Miniso Big Mall Samarinda meningkat sebesar 1 satuan,

maka kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh konsumen Miniso Big Mall Samarinda akan meningkat sebesar 0,968. Namun apabila kualitas pelayanan pada Miniso Big Mall Samarinda turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan yang Miniso Big Mall Samarinda juga akan ikut turun sebesar 0,968.

Uji Hipotesis

Hasil uji signifikansi individual (uji statistik t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individual berpengaruh terhadap nilai variabel dependen, dengan tingkat error atau signifikansi toleran yaitu 5% (Sugiyono, 2016).

Penentuannya dengan melihat nilai t_{hitung} yang dihasilkan oleh uji hipotesis atau analisa regresi linear dengan nilai t_{tabel} -nya. Dasar pengambilan keputusannya yaitu (Sugiyono, 2016):

1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat atau H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat atau H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil uji signifikan parameter individual yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan nilai t_{tabel} yaitu 2,01290 yang diperoleh dari $df = n - k - 1 = 48 - 1 - 1 = 46$. Sehingga hasil uji signifikan parameter individual yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Signifikan Parameter Individual

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error				
1 (Constant)	18,309	2,016	9,080	,000		
Kualitas_Pelayanan	,968	,074	13,112	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024).

Berdasarkan Tabel 5. hasil uji signifikan parameter individual di atas maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas pelayanan yaitu 13,112 > 2,01290 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,050 yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda atau hipotesis (H_a) diterima.

Uji Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Sugiyono, 2016). Nilai koefisien determinasi R² yang digunakan adalah nilai R² yang kemudian akan dirubah ke dalam bentuk persen.

Hasil uji koefisien determinasi R² yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,888 ^a	,789	,784	3,29647	1,871

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2024).

Berdasarkan Tabel 6 hasil uji koefisien determinasi R² di atas maka dapat diketahui bahwa nilai R² dalam penelitian ini yaitu 0,789. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 78,9%. Sedangkan sisanya 21,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Miniso Big Mall Samarinda

Kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan pelanggan yang diukur berdasarkan seberapa baik layanan yang diberikan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Konsep ini mencakup berbagai aspek, termasuk keandalan, tanggapan, jaminan, empati, dan tampilan fisik atau lingkungan layanan. Kualitas pelayanan yang baik bertujuan untuk memberikan pengalaman positif kepada pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan menciptakan hubungan jangka panjang.

Menurut (Bisma et al., 2023) Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan atau kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi produk atau menerima layanan dari suatu perusahaan atau penyedia jasa. Ini merupakan ukuran seberapa baik produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan sering digunakan sebagai indikator kunci untuk menilai kinerja bisnis dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai thitung variabel kualitas pelayanan yaitu $13,112 > 2,01290$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda atau hipotesis (H_a) diterima.

Hasil penelitian memberikan bukti yang kuat bahwa perbaikan dan perhatian terhadap kualitas pelayanan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di toko tersebut. Manajemen Miniso dapat menggunakan hasil ini untuk lebih fokus pada upaya peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan, pada akhirnya, loyalitas dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai R^2 dalam penelitian ini yaitu 0,789. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 78,9%. Sedangkan sisanya 21,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh yang cukup besar antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda ini perlu menjadi perhatian yang baik bagi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan yang besar ini akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui arah hubungan yang diberikan apakah positif atau negatif, maka harus dilakukan uji analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu $Y = 18,309 + 0,968X + e$. Nilai konstanta variabel motivasi kerja yaitu 18,309 yang artinya kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda telah memiliki nilai tetap yaitu 18,309 apabila variabel lainnya diabaikan. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan yaitu 0,968 yang artinya apabila kualitas pelayanan pada Miniso Big Mall Samarinda meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda akan meningkat sebesar 0,968. Namun apabila kualitas pelayanan Miniso Big Mall Samarinda turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda juga akan ikut turun sebesar 0,968.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas terhadap kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda atau hipotesis (H_a) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa memang benar kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang ada pada Miniso Big Mall Samarinda. Kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 78,9%. Sedangkan sisanya 21,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Apabila kualitas pelayanan pada Miniso Big Mall Samarinda meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda akan meningkat sebesar 0,968. Namun apabila kualitas pelayanan pada Miniso Big Mall Samarinda turun sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan Miniso Big Mall Samarinda juga akan ikut turun sebesar 0,968.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep, dan Indikator)*. Nusa Media.
- Anggapratama, R., & Imawati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Indomaret Cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(2), 341–350. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.1811>
- Bisma Ayodha Kurniawan Putra, Syadzalina Bilqis, & Catharina Aprilia Hellyani. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Rumah Sakit. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 162–170. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1883>
- Firmansyah, M. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen (Kesatu)*. Deepublish.
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Blitar the Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction Course and Training Institution (Lkp) Citra Jelita Wonorejo Village , Srengat District Blitar District. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(02), 339–361.
- Perdana, E. (2016). *OLAH DATA SKRIPSI DENGAN SPSS 22 (Christianingrum (ed.))*. LAB KOM MANAJEMEN FE UBB.
- Raditya Satrya, M. A., & Sayang Telagawathi, N. L. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan KFC. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 236. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32134>
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 57–63. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/12660/2345>
- Sugiyono. (2016). *Metodeologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Manajemen Dilengkapi Dengan Metode R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction (4th ed.)*. ANDI.
- Wulansari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Cabang Pondok Ranji. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 563. <https://doi.org/10.32493/jee.v2i4.10676>