



Pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen

Fatimah Azzahra¹, Erika Mega Fristina²

^{1,2}Universitas Koperasi Indonesia

¹Riaekasetianii223@gmail.com, ²Ilyasalamsyah157@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :
15 Juli 2022
Disetujui :
20 Juli 2022
Dipublikasikan :
25 Juli 2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, dimana tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin menggambarkan atau melukiskan serta memaparkan secara faktual dan objektif mengenai "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen". Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden. Alasan yang memungkinkan mengapa pelanggan menjadi lebih loyal terhadap merek pada jasa adalah pengenalan kebutuhan pelanggan sehingga mereka memperoleh kepuasan optimal dari penjual. Oleh karena itu, pelanggan mempertunjukkan kesetiaan merek yang lebih besar dan memperkuat hubungan memuaskan dengan penjual. Penelitian ini akan mengidentifikasi persepsi kualitas layanan, kepuasan dan kepercayaan pelanggan yang berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan.

Kata Kunci: Kinerja Karyawan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

His study aims to determine the effect of the Employee Performance Customer Satisfaction method used is descriptive method, where the purpose of this study is the researchers wanted to portray or depict and explain factually and objectively about the "influence employee performance on consumer satisfaction". Population in this study is consumer. Samples taken as many as 50 respondents. The reason for customers that may be more loyal to a service's brand is the recognition of their need by the service producers or sellers. Therefore, a customers may show greater brand loyalty in order to cultivate a satisfying relationship with the seller. The research will identify perceived service quality, consumer satisfaction, and trust that affect consumer loyalty.

Keywords: Employee Performance, Customer Satisfaction



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan dalam menjalankan suatu usaha tentu tidak lepas dari usaha untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam melihat peluang dan kesempatan saat ini dan masa yang akan datang. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha, maka semakin ketat pula persaingan yang dihadapi perusahaan. Oleh karena itu, masalah untuk mencapai tujuan bukanlah hal yang mudah, keadaan ini menuntut adanya profesionalisme seorang manajer dalam melaksanakan perencanaan, pengkoordinasian, pengarahan dan pengawasan terhadap semua kegiatan operasional perusahaan. Manajemen perusahaan merupakan salah satu bidang yang sangat penting. Pelaksanaan konsep pemasaran yang benar bagi suatu perusahaan dapat mendukung berhasilnya usaha yang dilakukan dengan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen.

Semakin cepat perubahan teknologi informasi, harus diantisipasi secara tepat. Kini teknologi informasi telah menyebabkan informasi menjadi hal yang tidak eksklusif lagi, karena hampir semua orang dapat mengakses informasi yang sama pada waktu yang sama pula. Kemajuan di bidang teknologi juga dapat memberi suatu harapan kepada dunia usaha untuk tumbuh dan berkembang. Hal ini akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan-perusahaan yang ada, terutama bagi perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk sejenis. Pemasaran sebagai tindakan strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan. Dimana fungsi pemasaran sering disebut sebagai ujung tombak perusahaan dalam mencapai tujuannya, karena itu dalam teori pemasaran modern disebutkan bahwa

kunci sukses sebuah perusahaan atau organisasi adalah sangat tergantung pada kemampuan melakukan penyesuaian secara dinamis terhadap kondisi lingkungan (Kotler, 1997:112).

Berdasarkan hal tersebut keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh produsennya melainkan oleh pelanggannya atau konsumen, sehingga berdasarkan konsep pemasaran tersebut hanya perusahaan yang mempunyai wawasan yang akan bertahan, baik dengan memenuhi kebutuhan pelanggan dan melayani pelanggan secara efektif serta memberikan nilai lebih baik dari pesaingnya. Pemasaran sebagai salah satu alat terpenting dalam mencapai tujuan perusahaan, yang terkait erat dengan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Penentuan strategi yang baik akan membawa pengaruh positif bagi pihak manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan tepat dan diharapkan akan dapat menjelaskan diri untuk bersaing dengan lingkungannya.

Untuk mencapainya, strategi yang akan digunakan salah satunya adalah strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Sesuai dengan pendapat Sofyan Assauri (2007:168) yang menyatakan “bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan persaingan yang selalu bertambah”.

Berdasarkan masalah yang ingin saya paparkan dalam desain penelitian ini yaitu “Bagaimanakah Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kissfood Store”. Untuk lebih jelas lagi, peneliti akan memaparkan satu persatu temuan masalah atau sub masalah yaitu sebagai berikut: 1. Bagaimanakah kinerja karyawan pada Kissfood Store? 2. Bagaimanakah kepuasan konsumen pada Kissfood Store? 3. Seberapa besar pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Kissfood Store? Sesuai dengan masalah dan sub masalah yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperjelas dan menginformasikan tentang: 1. Kinerja karyawan pada Kissfood Store. 2. Kepuasan Konsumen pada Kissfood Store. 3. Seberapa besar pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Kissfood Store.

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang berkompeten sebagai berikut: Dengan adanya desain penelitian ini semoga bermanfaat dan berguna baik bagi saya sendiri maupun orang lain yang bergerak di bidang kuliner. Maka dari itu saya berharap kedepannya Kissfood Store bisa bersaing baik di dalam negeri bahkan luar negeri. Dengan adanya desain penelitian yang berjudul “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen” dapat menambah kedisiplinan dalam bekerja supaya konsumen tetap merasa nyaman dan senang berlangganan dengan kami. Bagi Pembaca: Semoga desain penelitian ini dapat menambah wawasan baik bagi mahasiswa maupun masyarakat umum, bagi penulis memang belum sempurna, tapi penulis berharap para pembaca yang budiman dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan penelitian ini.

Ruang Lingkup Penelitian, untuk menjelaskan ruang lingkup desain penelitian ini serta menghindari kesalahpahaman dan penafsiran dari judul dan masalah penelitian, maka penulis mengambil kesimpulan dan mengidentifikasi istilah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: Menurut Sugiyono (2011:38), “variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan”. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2012:118), “variabel penelitian adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian”. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian merupakan suatu objek yang menjadi titik perhatian untuk diteliti atau diuji kebenarannya serta ditarik kesimpulannya dari hasil penelitian tersebut.

Maka dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (X) kinerja karyawan dan variabel (Y) kepuasan konsumen. Variabel Bebas, menurut Sugiyono (2011:39) menyatakan, “variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah “kinerja karyawan”, dengan indikator yang peneliti gunakan adalah sesuai dengan keadaan atau kondisi tempat penelitian, yaitu sebagai berikut: 1) Pelayanan Karyawan, 2) Packing 3) Kerja Sama, 4) Rasa Tanggungjawab b. Variabel Terikat: Menurut Sugiyono (2011:39) menyatakan, “variabel terikat adalah variabel yang

dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah “kepuasan konsumen”.

Adapun kepuasan konsumen dalam penelitian ini dengan indikator kepuasan konsumen sebagai berikut: Ciri-ciri konsumen yang puas Kotler, (2000) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut: a. Loyal terhadap produk Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama. b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama. Adapun definisi operasional yang dimaksudkan yaitu untuk menghindari kesalahan penafsiran terhadap beberapa istilah yang digunakan agar terciptanya suatu persepsi yang dianggap sama.

Definisi operasional dalam desain penelitian ini sebagai berikut: Kinerja karyawan yaitu proses melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Salah satu kinerja karyawan dalam penelitian ini adalah dengan: Kemampuan atau keramahan pelayanan yang baik. Perusahaan atau organisasi yang bergerak di bidang kuliner memiliki karyawan yang berkualitas serta ramah dalam menjalankan tugas demi kepuasan dan kenyamanan pelanggan. Sehingga para karyawan dituntut untuk ramah dan murah senyum supaya pelanggan merasa senang dan nyaman.

Kissfood Store memberikan jaminan kepada pelanggan jika dalam pengiriman sampai barang diterima konsumen mengalami permasalahan. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Sedangkan Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Gaspers (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain : a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk. b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya. c. Pengalaman dari teman-teman. Hipotesis Penelitian: Menurut Sugiyono (2011:64), “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Sedangkan Hadari Nawawi (2012:47) mendefinisikan bahwa hipotesis sebagai “kesimpulan yang belum final dalam arti masih harus dibuktikan atau diuji kebenarannya”. Dari kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang dapat diterima sebagai suatu kebenarannya sampai terbukti setelah diuji dengan fakta-fakta atau kenyataan- kenyataan melalui data yang otentik melalui penelitian.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dimana tujuan dari penelitian ini adalah peneliti ingin menggambarkan atau melukiskan serta memaparkan secara faktual dan objektif mengenai “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kissfood Store”. Menurut Hadari Nawawi (2012:67) menyatakan bahwa metode deskriptif, “sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek/ objek penelitian (seorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain)”. Sedangkan menurut Moh. Nazir (2011:54) menyatakan bahwa, “tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antara fenomenal yang diselidiki”. Bentuk Penelitian: Dalam metode deskriptif terdapat berbagai bentuk penelitian, seperti yang dikemukakan oleh Hadari Nawawi (2012:68) ada tiga macam penggunaan metode deskriptif yaitu: “1. *Survey (survey studies)*, 2. *Studi hubungan (interrelationship studies)*, 3. *Studi perkembangan (development studies)*”. Adapun bentuk yang dipakai dan dianggap sesuai dalam penelitian ini adalah

bentuk studi hubungan (interrelationship studies), yang tujuannya untuk memaparkan mengenai hubungan dan pengaruh antara kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Kissfood Store.

Penelitian ini dilakukan di Kissfood Store. Penulis mengambil/memilih lokasi desain penelitian ini karena lokasi lebih mudah dicapai serta para staf karyawan lebih terbuka untuk mendapatkan data. Subjek Penelitian: Menurut Arikunto (2010:107) "Subjek penelitian merupakan seseorang/organisasi yang dituju untuk diteliti oleh seorang peneliti". Dalam desain penelitian ini penulis menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling yaitu suatu teknik untuk menentukan informan berdasarkan tujuan atau keperluan yang ditetapkan oleh peneliti sendiri. Informan desain penelitian ini yaitu pengelola, staf, dan karyawan yang ada di Kissfood Store. Peneliti mengambil atau memilih sumber data untuk mengetahui sejauh mana pengelola beserta staf dan karyawan dalam menjalankan tugasnya mengenai pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Kissfood Store.

Teknik dan Analisis Data; 1) Teknik pengumpulan data, Menurut Hadari Nawawi (2012:100) dalam penelitian terdapat cara atau teknik yang dapat digunakan, yaitu: 1) Teknik observasi langsung, 2) Teknik observasi tidak langsung, 3) Teknik komunikasi langsung, 4) Teknik komunikasi tidak langsung, 5) Teknik pengukuran, 6) Teknik studi *documenter*. Adapun teknik pengumpulan data yang dikemukakan di atas, maka peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu: a) Teknik komunikasi langsung, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara wawancara secara langsung dengan karyawan Kissfood Store. b) Teknik komunikasi tidak langsung, yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai alatnya, dalam hal ini peneliti akan menyebarkan angket kepada 12 karyawan Kissfood Store sebagai calon responden. c) Teknik studi dokumenter, yaitu teknik pengumpulan data ini dengan bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian.

Alat Pengumpul Data; Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: a) Pedoman wawancara, yaitu dengan menyusun sejumlah pertanyaan yang dijadikan sebagai acuan untuk mengadakan wawancara dengan Kissfood Store. b) Lembar catatan, yaitu lembar catatan digunakan untuk mencatat yang berhubungan dengan penelitian ini seperti data karyawan Kissfood Store. c) Angket yaitu alat pengumpul data yang digunakan seperti angket terstruktur dengan sarannya 12 karyawan kissfood store yang menjadi calon responden dalam penelitian. d) Dokumenter, yaitu untuk dokumen pengolahan datanya dilakukan dengan pencocokan kebenarannya yang digunakan untuk melengkapi data dalam penelitian ini.

Rencana Pengolahan Data; adapun rencana analisis data dalam penelitian ini seperti dibawah ini: Untuk menjawab sub masalah 1: Dalam menjawab sub masalah 1, peneliti menggunakan rencana analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan dan memaparkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan karyawan kissfood store. Untuk menjawab sub masalah 2: Dalam menjawab sub masalah 2, peneliti menggunakan rencana analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan dan memaparkan data karyawan yang diperoleh dari Kissfood Store. Untuk menjawab sub masalah 3 Dalam menjawab sub masalah 3, peneliti menggunakan rencana analisis data dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Adapun untuk menjawab sub masalah 3 dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi sederhana yaitu dengan langkah-langkah seperti dibawah ini: 1) Uji instrumen, Uji validitas, untuk menguji validitas instrumen dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: 1. Mengadakan uji coba kepada seluruh responden. 2. Mengelompokkan item-item dari jawaban ke dalam butir dan jumlah skor total yang diperoleh dari masing-masing responden 3. Dari skor yang diperoleh, kemudian dibuat perhitungan validitas 4. Mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total dengan menggunakan rumus Product Moment 5. Mengkonsultasikan hasil tersebut ke dalam tabel r kritik Produk Moment, Uji Reliabilitas, Uji Regresi, Menentukan koefisien korelasi Kemudian untuk menentukan koefisien korelasi antara dua variabel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Seperti di bawah ini : Uji hipotesis menggunakan t tabel Untuk menguji hipotesis dapat dilakukan dengan tahapan sebagai berikut : a. Menentukan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ atau 95% b. Menghitung $t_{hitung} > t_{tabel}$ keputusan diambil dengan jalan membandingkan t hitung dengan t tabel , jika t hitung < t tabel, maka keputusan menerima H_0 (hipotesis nol) dan jika sebaliknya t hitung > t tabel, maka menolak H_0 (hipotesis nol) dan menerima H_a (hipotesis alternatif). C. Menghitung $f_{hitung} > f_{tabel}$, untuk melihat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam hal ini adalah pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada kisfood store.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas: Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 menunjukkan sebagai item yang valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini :

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1.	Bukti Fisik			
	- Indikator 1	0.882	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.915	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.914	0,197	Valid
	- Indikator 4	0.917	0,197	Valid
2.	Kehandalan			
	- Indikator 1	0.822	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.788	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.792	0,197	Valid
3.	Daya Tangkap			
	- Indikator 1	0.841	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.724	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.877	0,197	Valid
4.	Jaminan			
	- Indikator 1	0.836	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.839	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.741	0,197	Valid
5.	Kepedulian			
	- Indikator 1	0.834	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.731	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.697	0,197	Valid
6.	Kepuasan			
	- Indikator 1	0.752	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.717	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.614	0,197	Valid
	- Indikator 4	0.715	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,197. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid. Uji Reliabilitas: Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kepuasan Konsumen	0,641	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. Pengujian Hipotesis: 1) Uji t (Secara Parsial): Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial: (1). Variabel Bukti Fisik (*tangible*): Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel tampilan

fisik (*tangible*) menunjukkan nilai $t = 3,430$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin tidak baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen. (2). Variabel Keandalan (*reliability*). Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel keandalan (*reliability*) menunjukkan nilai $t = 2,318$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 2 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa keandalan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi keandalan pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah keandalan pelayanan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan konsumen. (3). Variabel Daya tanggap (*responsiveness*): Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan nilai $t = 2,688$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Semakin tinggi daya tanggap yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah daya tanggap yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen. (4). Variabel Jaminan (*assurance*). Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan nilai $t = 3,959$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 4 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa jaminan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar jaminan yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah jaminan yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen. (5). Variabel kepedulian (*empathy*).

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kepedulian (*empathy*) menunjukkan nilai $t = 2,094$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ tersebut menunjukkan bahwa kepedulian (*empathy*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 5 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa empati memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar kepedulian (*emphaty*) yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah kepedulian (*emphaty*) yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen. 2) Uji F Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3 Hasil analisis regresi secara bersama-sama Anova^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	154.827	5	30.965	22.183	.000 ^a
Residual	131.213	94	1.396		
Total	286.040	99			

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = $22,183$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah $0,05$ menunjukkan bahwa secara bersama- sama bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel- variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square*.

**Tabel 4 Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.541	.517	1.18147

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,517. Hal ini berarti 51,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian, sedangkan sisanya yaitu 48,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kinerja karyawan Kissfood Store secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan kinerja karyawan yang baik, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tampilan fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas, interior dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa kehandalan dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kehandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan karyawan dan kehandalan dalam melayani konsumen akan dipertimbangkan dalam membentuk kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kesediaan karyawan dalam membantu, kesediaan karyawan dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari karyawan dan penyelesaian masalah dengan cepat akan memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan akan memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada Kissfood Store sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepedulian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa adanya perhatian dari karyawan dalam bentuk perhatian yang sama, adanya layanan 24 jam untuk konsumen yang membutuhkan bantuan, kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan pemahaman setiap kondisi konsumen akan meningkatkan pandangan positif. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Kinerja karyawan pada Kissfood Store dalam kategori baik berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa variabel kinerja karyawan memiliki koefisien regresi sebesar 0,197 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,318 dengan tingkat signifikansi 0,023 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian Hipotesis yang menyatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. 2. Kepuasan konsumen pada Kissfood Store berdasarkan hasil penelitian *Nilai Adjusted R square* diperoleh sebesar 0,517. Hal ini berarti bahwa 51,7% kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan

kepedulian. Sedangkan 48,3% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. 3. Seberapa besar pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada Kissfood Store berdasarkan pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 22,183 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Idochi Moch. 2009. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimin. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta
- FKIP Universitas Tanjungpura. 2007. Penulisan Karya Ilmiah. Pontianak: FKIP Untan.
- Kevin Lane Keller dan Philip Kotler. 2008. Manajemen Pemasaran. Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kurniawan Irwan. 2013. Skripsi. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelangi Printing Pada CV. Aura Alya Jaya Pontianak. Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Moleong. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya: Jl. Ibu Inggit Garnasih No. 40 Bandung 40252
- Nawawi Hadari. 2012. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta: Gajah mada University Press
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta, CV
- T. Han Handoko. (2001). Manajemen Personalialia dan SDM edisi 2. Yogyakarta: BPEF Yogyakarta.
- Tansilus. 2015. Skripsi. Analisis Kinerja Pengurus Koperasi Dalam Meningkatkan Sisa Hasil Usaha Pada Koperasi Karyawan Himpunan Pos Indonesia Pontianak. Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak.
- Tim Penyusun, pusat pembinaan dan Pengembangan. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Undang-undang No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia. Undang-Undang No. 33 Tahun 1945 Tentang Perekonomian Indonesia Winarno Surakhmad. (2004). Pengantar Penelitian Ilmiah. Bandung: Tarsito.