
Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Pesan Antar Makanan

¹Enny Diah Astuti, ²Nika Sintesa

^{1,2}Prodi Administasi Bisnis Politeknik LP3I Jakarta

Email Korespondensi: ennydiah169@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 Agustus 2020

Received in revised form 29 Oktober 2020

Accepted 10 November 2020

Available online 1 Desember 2020

ABSTRACT

Digital Business is experiencing rapid growth, including in the online-based food business. The Internet is creating a new face in interactive communication between sellers, consumers and business partners. This allows the company to be able to interact and work together continuously to be able to develop products, marketing, delivery and maximum service to get customer satisfaction. One type of business that is currently growing rapidly and is very popular with customers is food delivery services including go food, grab food and shopee food. This delivery service will increasingly compete according to the response from customers, influenced by the quality of service. The purpose of this study was to find out how service quality affects customer satisfaction, especially in online-based food delivery applications. The research used in this research is quantitative analysis method. The method used is to collect information obtained from questionnaires. Variable indicators were tested for validity and reliability. In testing this validity using the Pearson Correlation approach. The reliability test in this study used Cronbach, Alpha coefficient. The results of the study explain that the service variable partially has a positive effect on customer satisfaction. The influence of service quality provided by service providers and service partners is very well responded by application users.

Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction, Delivery Application

ABSTRAK

Bisnis Digital mengalami pertumbuhan yang semakin pesat termasuk dalam bisnis makanan berbasis online. Internet menciptakan wajah baru dalam komunikasi interaktif antara penjual, konsumen dan rekan bisnis. Ini memungkinkan bahwa perusahaan akan mampu untuk dapat berinteraksi dan bekerjasama secara terus menerus untuk lebih dapat mengembangkan produk, pemasaran, pengiriman serta pelayanan yang maksimal untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Salah satu jenis usaha yang saat ini berkembang pesat dan sangat digemari oleh para pelanggan yaitu jasa pelayanan pesan antar makanan diantaranya go food, grab food dan shopee food. Layanan pesan antar ini akan semakin bersaing sesuai dengan respon dari para pelanggan, dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada aplikasi pesan antar makanan berbasis online. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif. Metode yang digunakan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari kuisioner. Indikator variabel dilakukan uji validitas & reliabilitas. Dalam pengujian validitas inimenggunakan pendekatan *Pearson Correlation*. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variable pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan dan mitra layanan sangat baik di respon oleh para pengguna aplikasi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Aplikasi Pesan Antar

PENDAHULUAN

Bisnis Digital mengalami pertumbuhan yang semakin pesat termasuk dalam bisnis makanan berbasis online. Pelanggan mempunyai kesempatan yang luas untuk menceritakan pengalamannya ketika menggunakan produk atau jasa, baik pengalaman yang menarik maupun pengalaman yang kurang menyenangkan. Ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk dan jasa akan menimbulkan persepsi negatif terhadap nilai kepuasan pelanggan yang akhirnya berdampak merugikan bagi perusahaan atau pemilik produk itu sendiri.

Kemajuan dunia teknologi telah menghantarkan segala bentuk informasi ke segala bidang. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk dapat memahami dan memanfaatkannya dalam semua kegiatan bisnis sebagai upaya meningkatkan daya saing. Peningkatan jumlah pemakai internet secara drastis setiap tahun mendorong informasi menjadi lebih cepat dan segala macam transaksi dapat dilakukan selama 24 jam. Keadaan ini akan sangat membantu dunia usaha dan bisnis sehingga menjadi faktor pendorong bagi berkembangnya bisnis berbasis teknologi informasi. Situasi ini membuat banyaknya bermunculan inovasi-inovasi baru serta terlihat fenomena yang terjadi di tengah masyarakat.

Dukungan internet menjadi salah satu strategi yang memberikan kesempatan pada dunia bisnis baik perusahaan besar maupun usaha kecil yang dapat dijangkau dengan tawaran yang menarik yaitu akses yang cepat dan biaya lebih murah. Melihat berbagai produk yang bermunculan yang diiringi dengan pelayanan dengan kualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Internet menciptakan wajah baru dalam komunikasi interaktif antara penjual, konsumen dan rekan bisnis. Ini memungkinkan bahwa perusahaan akan mampu untuk dapat berinteraksi dan bekerjasama secara terus menerus untuk lebih dapat mengembangkan produk, pemasaran, pengiriman serta pelayanan yang maksimal untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Salah satu jenis usaha yang saat ini berkembang pesat dan sangat digemari oleh para pelanggan yaitu jasa pelayanan pesan antar makanan diantaranya go food, grab food dan shopee food. Layanan pesan antar ini akan semakin dinikmati keberadaannya sesuai dengan respon dari para pelanggan, dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa layanan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada aplikasi pesan antar makanan berbasis online.

LANDASAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan. Kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggan berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi indikator penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan dunia bisnis. Menurut Kotler dalam Meithiana (2019) definisi pelayanan adalah setiap tindakan dari berbagai kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Berisi pustaka atau penelitian relevan. Disampaikan oleh Sangadji, (2013) bahwa “kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang dengan perbandingan diantara kesan konsumen terhadap tingkat kinerja produk dan jasa riil atau aktual dengan kinerja yang sesuai harapan”. Perusahaan harus menjaga kualitas jasa yang diberikan kepada pelanggan. Menurut (Tjiptono, 2011) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat didefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan berdasarkan kualitas mutu yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menjadi hal yang penting dalam mempertahankan bisnis, di tengah maraknya persaingan bisnis yang semakin ketat. Kotler dalam (Windarti, 2012) menjelaskan bahwa “kepuasan pelanggan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dan jasa yang dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan atau pembeli.” Di dalam bukunya Majid (2011) mengatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dan sesuai dengan harapannya” Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam (Indrasari, 2019) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dari berbagai pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh para pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa sesuai dengan harapannya.

METODE

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif. Metode yang digunakan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari kuisioner. Analisa kuantitatif menggambarkan hubungan antara variabel menggunakan statistik. Sampel yang digunakan diperoleh dari 144 responden dengan teknik purposive. Penelitian langsung pada responden yang telah menggunakan aplikasi pesan antar makanan.

Indikator variabel dilakukan uji validitas & reliabilitas. Dalam pengujian validitas inimenggunakan pendekatan *Pearson Correlation*. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Data yang mempunyai nilai r hitung ≥ 0.3 , maka indikator pada variabel tersebut dapat dianggap valid. Sedangkan hasil hitung *cronbach alpha* sebesar $\geq 0,6$, maka dapat disimpulkan seluruh indikator variabel tersebut dianggap *Reliable*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 1.1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	rHitung	rTabel	Keterangan
KY1	0,844	0,214	Valid
KY2	0,890	0,214	Valid
KY3	0,903	0,214	Valid
KY4	0,851	0,214	Valid
KY5	0,876	0,214	Valid

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan table diatas terlihat KY1 sampai dengan KY5 mempunyai r hitung $> r$ table, dengan demikian maka semua item yang terdapat di dalam variabel Kualitas Pelayanan (X) dinyatakan valid.

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 1.2. Variabel Kualitas Pelayanan (Y)

Item	rHitung	rTabel	Keterangan
KP1	0,893	0,214	Valid
KP2	0,917	0,214	Valid
KP3	0,912	0,214	Valid

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa KP1 sampai dengan KP3 mempunyai r hitung $> r$ table, dengan demikian maka semua item yang terdapat di dalam variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel/indikator yang digunakan untuk mengukur semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid dengan koefisien korelasi (r hitung) bernilai positif dan lebih besar dari r table 0,214.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Tabel 1.3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Alpha Cronbach	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,922	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,891	Reliabel

Sumber : data yang diolah

Kualitas Pelayanan, mempunyai nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,922 jika diinterpretasikan dengan tingkat keandalan koefisien korelasi tersebut sangat kuat.

Seluruh indikator pada variabel X dan Y mempunyai nilai r hitung ≥ 0.3 , sehingga seluruh indikator pada variabel tersebut dapat dianggap valid. Pada hasil hitung *cronbach alpha* sebesar $\geq 0,6$, dapat disimpulkan seluruh indikator variabel tersebut dianggap *Reliable*.

Pembahasan

Hasil penelitian menjelaskan bahwa variable pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan dan mitra layanan sangat baik di respon oleh para pengguna aplikasi. Hal ini memberikan dampak yang sangat baik terhadap pertumbuhan bisnis yang dinilai mampu memberikan nilai kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian yang sudah baik ini, hendaknya para penyedia aplikasi layanan maupun mitra tetap menjaga dan meningkatkan kualitas layanan untuk menjaga agar para pelanggan tetap bertahan dengan menggunakan jasa layanan aplikasi pesan antar tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut hasil penelitian ini menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Memberikan layanan yang konsisten dari para petugas dan juga kemampuan pelayanan petugas yang dapat dipercaya didukung oleh perilaku kesopanan, respon yang cepat dan tanggap menjadi salah satu perhatian yang menarik bagi para pelanggan. Hasil penelitian yang baik ini kiranya dapat meningkatkan kualitas layanan dan menjaga agar para pelanggan tetap bertahan menggunakan layanan dari aplikasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, T. C. (2019). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Menggunakan Jasa Pesan Antar Gofood (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Majid, Suharto Abdul. (2011). *Customer Service* dalam Bisnis Jasa Transportasi. Cetakan ke-2. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2).
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Cv Andi
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Cv Andi.
- Windarti, Ayu Oka. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia Tbk. Kantor Cabang Utama Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi*. Vol.2 No.1