



Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja di Toko Tas Raja Medan

Maruli R.N¹, Weny Weny², Dewi Anggraini^{3*}

¹Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

²Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

^{3*}Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email: ¹trdmaruli@gmail.com, ²estindo@gmail.com, ^{3*}dewifar.27@gmail.com

Abstract

Tas Raja is a business engaged in bags that sells all types of bags that can be ordered online or with cash of delivery system. Established on March 8, 2016, located at Pasar Petisah Blok B No 23, West Medan. The research takes Sugiono's theory and discusses the analysis of consumer satisfaction. Tas Raja with the aim of knowing how to analyze consumer satisfaction shopping at the Tas Raja store, Medan. The writer uses the descriptive qualitative method. The source of the data used in field research (interviews) and the results of the interviews are tested by triangulation of sources. The results of this study indicate the analysis of consumer satisfaction shopping at the Tas Raja store, Medan. has been maximized and still needed to increase consumer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Satisfaction

Abstrak

Tas Raja adalah bisnis yang bergerak dibidang tas yang menjual segala jenis tas dan bisa dipesan sistem online ataupun sistem cash of delivery. Berdiri pada tanggal 8 Maret 2016, terletak di Pasar Petisah Blok B No 23, Medan Barat. Penelitian mengambil teori Sugiono dan membahas tentang analisis kepuasan konsumen. Tas Raja dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Toko Tas Raja, Medan. Penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah dengan penelitian lapangan (wawancara) dan hasil wawancara diuji dengan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Toko Tas Raja, Medan. sudah cukup maksimal dan masih diperlukan peningkatan Kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Menurut (Silvia et al., 2021) Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performa produk atau jasa dalam memenuhi harapan. Menurut (Arfifahani, 2018) Kepuasan juga bisa dikatakan Pelanggan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Dan Menurut (Santoso, 2019) Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas. sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai. Menurut (Diana, 2019) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang

muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya. Menurut (Anggraini, 2021) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2021) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternative produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Menurut (Sambodo Rio Sasongko, 2021), menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan nya terpenuhi. Menurut (Kasinem, 2020) menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan kepuasan konsumen telah dilakukan para peneliti sebelumnya, sehingga dapat dijadikan dasar dalam penelitian ini. Berikut ini hasil penelitian kepuasan konsumen:

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Dessica Dinar Sari (2016)	ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN	Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sim Card GSM Prabayar XL Yogyakarta, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,404 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,201, Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Sim Card GSM Prabayar XL Yogyakarta, dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,494 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,245, Terdapat pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen Sim Card GSM Prabayar XL Yogyakarta, dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 43,312 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

2.	Aprilia Nia Fardiani (2013)	ANALISIS KUALITAS HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DYRIANA BAKERY & CAFÉ PANDARAN SEMARANG	PENGARUH PELAYANAN, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN	Dari hasil analisis, indikator- indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya valid. Dan factor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variable kualitas pelayanan (dengan koefisien regresi sebesar 0,267), kemudian diikuti variabel harga (dengan koefisien regresi sebesar 0,452), dan terakhir adalah variabel promosi (dengan koefisien regresi sebesar 0,170). Variabel-variabel independen pada penelitian ini sudah cukup baik dalam menjelaskan variabel dependennya (kepuasan pelanggan)
3.	Oldy Ardhana (2010)	ANALISIS KUALITAS HARGA DAN	PENGARUH PELAYANAN, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN	Dimana variabel Kepuasan Pelanggan (Y), variabel Kualitas Pelayanan (X1), variabel Harga (X2) dan variabel Lokasi (X3). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka Adjusted R Square sebesar 0,584 menunjukkan bahwa 58,4 persen variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 41,6 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
4.	Ryan Nur Harjanto (2010)	ANALISIS HARGA, KEBERSIHAN, dan KUALITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN(Studi	PENGARUH PRODUK, PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN(Studi	Dimana pengujian hipotesis variabel harga, produk, kebersihan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa keempat variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan
5.	Febri Tri Bramasta Putra (2012)	ANALISIS KUALITAS HARGA DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA BENGLER MOBIL RAPIGLASS AUTOCARE SEMARANG)	PENGARUH PELAYANAN, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Tempat tersebut yang akan memberikan data dan informasi terkait penelitian ini Toko Tas Raja, Medan di Pasar Petisah Blok B No.23, Sumatera Utara. Dan waktu penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan maret 2022 - juli 2022. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun sumber data penelitian ini adalah owner dari usaha Toko Tas Raja ini dan karyawan yang bekerja disana di Toko Tas Raja, Medan yang berjumlah 3 orang. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data yang diperlukan data primer.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Tas Raja adalah suatu usaha yang bergerak di bidang penjualan tas. Mempunyai banyak jenis tas dari tas fashion, dompet, koper dan ransel, usaha ini telah berdiri selama lebih kurang 7 tahun yang berlokasi di pasar petisah blok B no. 23, Medan.

3.1 Hasil Wawancara

1. Rata-rata konsumen sangat puas beli barang di Tas Raja, sehingga dikenal masyarakat setempat, karena harga sangat terjangkau dan sesuai kualitas barang.
2. Dari beberapa pembahasan soal faktor penyebab supaya pelanggan tertarik dengan produk Tas Raja, rata-rata mereka bilang soal harga yang sangat terjangkau dan memiliki banyak promo ataupun diskon.
3. Betapa pentingnya komunikasi terhadap konsumen, dengan kita ramah dan melakukan pelayanan terbaik maka pelanggan sangat senang dan akan menjadi pelanggan menetap.
4. Dari beberapa konsumen mereka mengatakan barang-barang yang dijual di Tas Raja sudah lengkap.
5. Konsumen selalu puas dengan harga diberikan dari Tas Raja sehingga menjadi langganan.
6. Rata-rata konsumen Tas Raja berbelanja 2x sebulan bahkan lebih dan mereka datang waktu libur seperti sabtu dan minggu.
7. Konsumen rata-rata sangat menyukai harga promo maupun harga diskon, apalagi barang kesukaan nya ada harga diskon atau promo.
8. Kebanyakan konsumen Tas Raja meminta membuka cabang di beberapa daerah supaya dekat dengan rumah mereka.
9. Konsumen rata-rata lebih memilih barang import ketimbang lokal dikarenakan lebih tahan lama jika dipakai dan harga juga tidak mahal.
10. Tas Raja tidak memiliki kekurangan, pernyataan dari konsumen.

3.2 Analisis Wawancara

Berdasarkan data pembeli yang diwawancara banyak konsumen sangat puas dengan layanan Toko Tas Raja. Toko Tas Raja tempat menjual berbagai jenis tas terlengkap, dari tas fashion wanita, tas pria, dompet, ransel, koper, handbag, slingbag, dan masih banyak lagi. Dan barang dari Toko Tas Raja hampir semua barang import dengan harga terjangkau dari toko lainnya. Salah satu nilai tambah untuk Toko Tas Raja membuat orang merasa puas dengan pelayanan sistem bayar ditempat dan gratis ongkir sekitar kota medan ini yang buat pembeli tidak ragu untuk membeli tas dari Toko Tas Raja.

4. KESIMPULAN

Konsumen Tas Raja, Medan mengatakan bahwa pelayanan dan komunikasi yang baik dapat mempengaruhi penjualan serta membuat nama baik perusahaan baik dimata masyarakat. Konsumen Tas Raja, Medan mengatakan hal-hal yang membuat mereka puas dalam membeli produk ketika harga sesuai dengan kualitas produk sehingga mereka menjadi konsumen menetap, dapat disimpulkan harga sesuai dengan harapan konsumen Tas Raja, Medan disertai dengan lingkungan pasar yang tidak menjual barang seperti Tas Raja. Dari beberapa konsumen yang sudah berbelanja di Toko Tas Raja mereka banyak yang menyukai barang- barang yang dijual, banyak faktor juga itu karena kualitas import dengan harga terjangkau dikalangan masyarakat dan penjualnya sangat ramah memberikan pelayanan terbaik kepada customer yang datang ke Toko Tas Raja. Dan setiap pembelian kepada pelanggan selalu mendapatkan potongan harga. Sistem online juga banyak tertarik karena bisa diantar dan free ongkir kota medan itu sangat membuat customer menjadi senang dan merasa puas.

REFERENCES

- Anggraini, D. (2021). KOMUNIKASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. PATI SARI MEDAN COMMUNICATION. *BISMA Cendekia*, 1(3), 148–152.
<http://ojs.politeknikcendana.ac.id/index.php/bisma/article/view/49>
- Arfifahani, D. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Concordia Executive Lounge Terminal A Bandara International Adisutjipto Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 42–47.
- Diana, A. T. F. (2019). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Pengukuran & Strategi*.
- Kasinem, K. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(4), 329.
<https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146.
<https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Silvia, Ciamas, E. S., Anggraini, D., Nugroho, N., & Ivone. (2021). *Analisis Kepuasan Pelanggan pada UD DAVIA , Medan. April*, 458–461.
- Tjiptono, F. (2021). *Service Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.). Andi.