

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MINIMARKET LAWSON PERJUANGAN KOTA CIREBON

Firliani Dwi Damayanti<sup>1</sup>, Siti Fatimatu Zahroh<sup>2</sup>, Ika Kartika<sup>3</sup>, Viar Dwi Kartika<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Catur Insan Cendekia

Email: [firliani.damayanti.mb.22@cic.ac.id](mailto:firliani.damayanti.mb.22@cic.ac.id)<sup>1</sup>, [siti.fatimatu Zahroh.mb.22@cic.ac.id](mailto:siti.fatimatu Zahroh.mb.22@cic.ac.id)<sup>2</sup>,  
[ika.kartika@cic.ac.id](mailto:ika.kartika@cic.ac.id)<sup>3</sup>, [viardk@cic.ac.id](mailto:viardk@cic.ac.id)<sup>4</sup>

### Abstrak

Lawson adalah salah satu pengecer paling terkenal di dunia. Lawson membuka cabang pertamanya di Okinawa pada tahun 1997 dan menjadi Lawson. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas Produk Makanan pada Minimarket Lawson. Penelitian ini menggunakan data primer berupa wawancara dengan pihak Minimarket Lawson dan para pelanggan. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang dibagikan pada 56 pelanggan. Variabel yang dilihat dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y). kemudian dilakukan tabulasi data uji validitas dan reliabilitas. Data penelitian yaitu deskriptif kuantitatif menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, deskriptif kuantitatif

### Abstract

Lawson is one of the most famous retailers in the world. Lawson opened its first branch in Okinawa in 1997 and became Lawson. The purpose of this study is to identify what factors can be done to improve the quality of Food Products at Lawson Minimarket. This study uses primary data in the form of interviews with Lawson Minimarket and customers. data collection techniques are carried out using questionnaires, observation, interviews and documentation. This study uses primary data in the form of questionnaires distributed to 56 customers. The variables seen in this study consist of service quality (X) and customer satisfaction (Y). then tabulated validity and reliability test data. The research data is quantitative descriptive using simple linear regression. The results stated that partially the service quality variable had a positive and significant effect on customer satisfaction.

**Key words:** service quality, customer satisfaction, descriptive quantitative

## 1. PENDAHULUAN

Di Era Globalisasi persaingan bisnis saat ini menjadi lebih ketat baik dipasar tradisional maupun pasar modern. dunia menjadi semakin terhubung dan terintegrasi secara ekonomi, teknologi, dan sosial. Fenomena ini menciptakan tantangan dan peluang yang unik bagi perusahaan di seluruh dunia. Globalisasi telah mengubah lingkungan bisnis dengan memfasilitasi pertukaran barang, jasa, dan ide di tingkat global dengan cepat dan efisien. Globalisasi telah mengubah lingkungan ekonomi dan sosial di seluruh dunia dengan cepat dan signifikan. Faktor-faktor seperti kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, liberalisasi perdagangan, mobilitas tenaga kerja, dan integrasi pasar keuangan telah mempercepat proses globalisasi. Dampak globalisasi dapat dirasakan di berbagai sektor, termasuk ekonomi, budaya, dan politik. pasar baru dan meningkatkan interkoneksi antar

Namun, hal ini juga telah menimbulkan tantangan baru, seperti persaingan yang lebih intensif dan ketidakpastian ekonomi global. Didorong oleh arus globalisasi, Korea Selatan merupakan salah satu negara yang berhasil memperkenalkan budayanya kepada dunia melalui Korean Wave sebagai respon terhadap tren globalisasi, Korea Selatan ingin mengeksport jenis makanan Korea yang bersertifikat halal ke Indonesia sebagai bagian dari diplomasi makanan halalnya, Seperti minimarket Lawson yang baru opening sekarang ini sedang viral di Cirebon sangat ramai pembeli ikut antri untuk membeli produk makanan cepat saji, hal ini terjadi karena perkembangan dunia yang semakin maju "(Aiciro, P., & Kota, D. I. (n.d.))".

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam (Latour, 2018) definisi kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen

mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Menurut *Fornell dalam (Budiarno et al., 2022)* kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Menurut *Ayşe dalam (Sulistiyawati & Seminari, 2017)* kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya.

Lawson adalah salah satu pengecer paling terkenal di dunia. Lawson membuka cabang pertamanya di Okinawa pada tahun 1997 dan menjadi Lawson. Perlahan demi perlahan kini Lawson mulai dikenal sebagai toko ritel terbesar kedua di Jepang setelah 7-Eleven. Pada tahun 1997, Lawson banyak diminati masyarakat Jepang terus meningkat dan lebih dari 40 cabang dibuka. Pada tahun 2011, terdapat lebih dari 10.000 toko ritel di Jepang. Padahal, jumlah cabang pada tahun 2013 sebanyak 11.174 cabang. Cabang ini awalnya dirancang sebagai toko susu, bukan toko kelontong. Bisnis ini telah berkembang hingga mencakup beberapa cabang di seluruh Amerika Serikat. Asal usul nama Lawson adalah nama pendirinya yaitu J.J. Lawson. Minimarket ini menjual berbagai produk berbeda dari Alfamart, Alfamidi dan Alfaexpress. Toko ini menawarkan minuman khas Jepang dan makanan siap saji. Bola nasi, kotak bento, teh, es krim, kopi, Namun produk asli dari gerai ini adalah odeng dan makanan orea lainnya. Meski mengalami pasang surut,

Lawson bangkit kembali dengan perubahan kepemilikan. Dairi Mart adalah pemilik barucabang ini dari Jepang. Oleh karena itu, pengecer ini ada di Jepang pada tahun 1975. Nama perusahaan diubah menjadi Daiei Lawson Co.Ltd. Corporate Communication Manager Lawson Indonesia, Firly Firlandi, mengatakan keputusan membuka gerai di Cirebon didasarkan pada minat yang signifikan dari masyarakat, terutama kalangan muda, terhadap berbagai kuliner Jepang dan Korea. Lawson dikenal dengan konsepnya yang menyediakan tempat yang nyaman untuk makan dan minum, Lawson juga menawarkan berbagai produk makanan siap saji yang memiliki Sertifikat Halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia.

Lawson yang dikenal dengan makanan cepat saji bercitarasa Jepang, Resmi hadir di Kota Cirebon. Lawson membuka gerai pertamanya di lokasi yang strategis di Cirebon, yakni Jalan Raya Perjuangan. Semenjak Lawson membuka di jalan perjuangan jalan raya menjadi macet karena lokasi yang sangat strategis, dekat dengan kampus dan kota sehingga membuat banyaknya pengunjung yang mengantri untuk membeli Makanan jepang cepat saji ini. Di Lawson Perjuangan ini memiliki Produk favorit antara lain, aneka jenis oden, karaage, tsukune, chicken teriyaki, sandwich, onigiri, beragam bento, serta minuman kopi dan ragam minuman lainnya. Lawson menyajikan citarasa Jepang dalam setiap produknya, dengan odeng sebagai produk yang banyak diminati oleh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang pada penelitian yang telah diuraikan, Kami terdorong untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Minimarket Lawson Perjuangan Kota Cirebon”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di minimarket Lawson perjuangan Kota Cirebon sehingga membuat nya sangat ramai pengunjung.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Objek penelitian ini adalah Minimarket Lawson yang merupakan perusahaan bergerak dibidang produk makanan

Cepat saji di Perjuangan Kota Cirebon. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan cara apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas Produk Makanan pada Minimarket Lawson. Unit analisis dalam penelitian ini yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber data pada penelitian ini merupakan data primer yang berupa wawancara dengan pihak Minimarket Lawson dan para pelanggan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Uji Validitas

Dalam pengukuran valid atau tidaknya suatu kuesioner, maka harus di uji dengan menggunakan uji validitas. Jika nilai Rhitung > rtabel, maka uji validitas adalah valid. Pada penelitian ini dilakukan uji sampel pada 56 responden dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel  $Df = n - 2$ ,  $df = 56 - 2 = 54$  jadi didapat Rtabel 0,2632 dilihat di tabel R dengan signifikansi 0,05 didapat.

**Tabel 1.1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)**

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X.1	0,665	0,2632	Valid
X.2	0,806	0,2632	Valid
X.3	0,788	0,2632	Valid
X.4	0,727	0,2632	Valid
X.5	0,751	0,2632	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Insentif memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan yang dihitung dengan membandingkan Rhitung lebih besar dari pada Rtabel, jadi penelitian pada semua butir pernyataan variabel insentif bisa dilanjutkan

**Tabel 1.2 Uji Validitas Kepuasan Konsumen**

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0,580	0,2632	Valid
Y.2	0,673	0,2632	Valid
Y.3	0,756	0,2632	Valid
Y.4	0,648	0,2632	Valid
Y.5	0,680	0,2632	Valid

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Insentif memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan yang dihitung dengan membandingkan Rhitung lebih besar dari pada Rtabel, jadi penelitian pada semua butir pernyataan variabel insentif dapat dilanjutkan.

### 3. Uji Reliabilitas

**Tabel 2.1 Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Minimal Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,762	0,5	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,714	0,5	Reliabel

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS,2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kinerja karyawan memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan yang dihitung dengan membandingkan rhitung lebih besar dari pada rtabel, jadi penelitian pada semua butir pernyataan variabel kinerja karyawan dapat dilanjutkan

### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 3.1 Hasil Regresi Linier Sederhana**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Error Std.	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	5,935	1,262		4,702	,000
Kualitas Pelayanan	,613	,082	,712	7,452	,000

Sumber: Hasil Pengolahan data SPSS,2023

Hasil uji diatas diperoleh persamaan regresi linier sederhana:  $Y = 5,935 + 0,613x$ .

Pembahasan :

1. Nilai konstanta sebesar 5,935 menunjukkan bahwa jika insentif = 0, maka nilai untuk kinerja karyawan sebesar 5,935 sebagai nilai konstanta untuk variabel terikat. Nilai variabel insentif yaitu sebesar 613 artinya setiap penambahan kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 613

2. Nilai koefisiensi kualitas pelayanan sebesar 0,613 yang artinya jika kualitas pelayanan (X) meningkat 1% maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,613.

**4. Uji T**

**Tabel 4.1 Uji T**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	5,935	1,262		4,702	,000
Kualitas Pelayanan	,613	,082	,712	7,452	,000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS,2024  
Berdasarkan hasil tabel diatas didapat t hitung sebesar 7,452, dengan derajat kebebasan (df) = n-2. Maka t tabelnya adalah 1,674 Karena t hitung > t tabel dengan tingkat signifikan pada tabel sebesar 0,000. yang artinya 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima berarti dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen pada minimarket Lawson Perjuangan Kota Cirebon

**5. Koefisien Determinasi**

**Tabel 5.1 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,712 <sup>a</sup>	,507	,498	1,17408

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS,2024

Rumus : $Kd = r^2 \times 100\%$
$Kd = 0,712 \times 0,712 = 0,506944 \times 100\%$
$= 0,506944\%$

Berdasarkan tabel diatas, hal ini menunjukkan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang sangat kuat dan berpengaruh yaitu sebesar 0,506944% dan output moddel summary diketahui nilai koefisien determinasi R square sebesar 0,507. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sangat kuat dan berpengaruh.

**4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan dan dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan (X) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Jika semakin tinggi kualitas pelayanan di Minimarket Lawson Perjuangan Kota Cirebon maka semakin banyak konsumen yang akan berkunjung ulang dan tertarik untuk menjadi konsumen di Minimarket Lawson Perjuangan Kota Cirebon.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Sulistyawati, N. M. A., & Seminari, N. K. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 2318–2332
- Asyfiya, K. A., & Fariza, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi TERRA (Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance) Di BSI KCP Cirebon Plered 1. *Jurnal Witana (JW)*, 02(01), 7–18. <http://jurnalwitana.com/>
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126. <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>
- Djunaidi, M., Setiawan, E., & Hariyanto, T. (2006). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4(3), 139–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/jiti.v4i3.1563>
- Latour, B. (2018). *Aramis*. *Aramis*, 6(3), 1658–1667. <https://doi.org/10.1628/978-3-16-156172-6>
- Mandasari, D., Mulyani, S., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Mangsi Grill and Coffee
- xendit.co. (2021). Sejarah Perjalanan Lawson. *Sejarah Perjalanan,Dan Perbedaan Dengan Alfamart*. <https://www.xendit.co/id/blog/lawson-sejarah-perjalanan-dan-perbedaan-dengan-alfamart/>

9. Sujianto, A. E., Azizah, A. N., Aji, M. A. B., & (2024). Pengaruh Halal Awareness dan Halal Certification terhadap Pilihan Konsumsi Halal Generasi Z pada Produk Korean Food:(Studi pada Konsumen Lawson ImuEkonomiDan2(1),34-47