
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PINTAAR.COM

Fajrul Husna Panata Gama¹, Annisa Retno Utami^{2*}

^{1,2} Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: annisa_utami@usahid.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y) Pintaar.com. Populasi penelitian mencapai 150.000 pengguna, dan sampel sebanyak 100 responden dipilih melalui *purposive sampling* berdasarkan rumus *Slovin*. Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan Pintaar.com, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Analisis Koefisien Determinasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y), dengan nilai R sebesar 0,877 mendekati 1. Selain itu, nilai R^2 sebesar 0,770 mengungkapkan bahwa 77,0% variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Kesimpulan ini menegaskan signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pintaar.com.

Kata Kunci: Kepuasan; Kualitas; Pelayanan

ABSTRACT

This research aims to assess the impact of service quality (X) on the level of customer satisfaction (Y) at Pintaar.com. The research population consists of 150,000 users, and a sample of 100 respondents is selected through purposive sampling based on the Slovin formula. The research method employed is Descriptive Quantitative. The results indicate that service quality significantly influences customer satisfaction at Pintaar.com, with a significance value of $0.000 < 0.05$. The Coefficient of Determination analysis reveals a strong relationship between service quality (X) and customer satisfaction (Y), with an R value of 0.877 approaching 1. Additionally, and R^2 value of 0.770 discloses that 77.0% of the variation in customer satisfaction is influenced by the service quality variable. This conclusion emphasizes the significant impact of service quality on customer satisfaction at Pintaar.com.

Keywords: Satisfaction; Quality; Service

PENDAHULUAN

Dalam strategi perencanaan dan pengelolaan perusahaan, kepuasan pelanggan menjadi prinsip kritis, dengan harapan pelanggan terhadap produk dan pelayanan superior yang signifikan memengaruhi persepsi merek perusahaan. Dalam persaingan global yang ketat, perusahaan harus terus memprioritaskan kebutuhan konsumen dan berusaha melebihi harapan mereka dengan standar kualitas yang tinggi, karena hanya perusahaan dengan kualitas yang unggul yang dapat memenangkan persaingan. Kualitas unggul dapat membentuk ikatan kuat dengan pelanggan, memungkinkan perusahaan untuk memahami lebih baik harapan dan kebutuhan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan dengan mengoptimalkan pengalaman positif dan mengurangi pengalaman negatif (Primantara & Jatra, 2017).

Untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mempertahankan posisi di pasar yang ketat, perusahaan harus terus menawarkan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, karena kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada kepuasan pelanggan dan kemampuan perusahaan untuk mencetak keuntungan (Primantara & Jatra, 2017). Dalam konteks bisnis pendidikan nonformal berbasis *online*, seperti Pintaar.com, perusahaan harus berhadapan dengan pesaing yang menawarkan produk dan pelayanan serupa dengan kualitas yang lebih baik, termasuk pengembangan produk sesuai permintaan pasar dan acara pertemuan alumni untuk memperkuat hubungan pelanggan dan mendorong *repeat order*.

Tabel 1. Data Pesaing dan Pengguna

No.	Perusahaan	Pengguna
1	Pintaar.com	150.000 orang
2	Luarsekolah	250.000 orang
3	MySkill	1.000.000 orang
4	Skill Academy	8.000.000 orang
	Jumlah	9.400.000 orang

Sumber: Data yang didapat di web perusahaan (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 1 terdapat empat perusahaan yang menjadi pesaing di pasar yang sama, yaitu Pintaar.com, Luarsekolah, MySkill, dan Skill Academy. Jumlah pengguna dari masing-masing perusahaan adalah 150.000 untuk Pintaar.com, 250.000 untuk Luarsekolah, 1.000.000 untuk MySkill, dan 8.000.000 untuk Skill Academy. Dengan demikian, Skill Academy memiliki jumlah pengguna terbanyak di antara semua pesaing yang tercantum dalam tabel. Hal ini juga diperkuat oleh data pengguna pada tahun 2022 yang mengalami penurunan bisa di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Pengguna Pintaar.com Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah Pengguna	Persentase Pertumbuhan
1	Januari	585	0%
2	Februari	793	36%
3	Maret	1001	26%
4	April	1664	66%
5	Mei	1056	-37%
6	Juni	524	-50%
7	Juli	489	-7%
8	Agustus	423	-13%

No	Bulan	Jumlah Pengguna	Persentase Pertumbuhan
9	September	491	16%
10	Oktober	334	-32%
11	November	236	-29%
12	Desember	230	-3%
Total		7826	

Sumber : Pintaar.com (2022)

Tabel 2 merupakan kumpulan data yang mencatat jumlah pengguna Pintaar.com dengan rincian per bulan dari Januari hingga Desember. Data ini memuat informasi mengenai jumlah pengguna pada setiap bulan dan persentase kenaikan atau penurunan jumlah pengguna dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Pada bulan Februari, terdapat peningkatan signifikan sebesar 36% dari jumlah pengguna pada bulan Januari. Kemudian, pada bulan Maret, tercatat peningkatan sebesar 26% dibandingkan bulan Februari. Bulan April mencatatkan lonjakan yang lebih besar dengan peningkatan sebanyak 66% dari bulan Maret. Namun, pada bulan Mei dan Juni, terdapat penurunan signifikan masing-masing sebesar 37% dan 50%, menunjukkan adanya fluktuasi yang cukup drastis. Bulan-bulan berikutnya juga mengalami penurunan, seperti Juli dan Agustus dengan penurunan berturut-turut sebesar 7% dan 13%. Meskipun demikian, pada bulan September, terjadi peningkatan sebesar 16% dari bulan Agustus. Namun, penurunan kembali terlihat pada Oktober dan November, dengan penurunan masing-masing sebesar 32% dan 29%. Akhirnya, pada bulan Desember, tercatat penurunan sebesar 3% dari bulan November. Data ini memberikan gambaran mengenai fluktuasi jumlah pengguna selama tahun 2022, yang dapat menjadi bahan analisis lebih lanjut dalam upaya meningkatkan pertumbuhan jumlah pengguna perusahaan.

Pada awal November, dilakukan *pra-survei* terhadap 100 orang pelanggan Pintaar.com. Dari survei tersebut, diperoleh respons dari 12 orang yang mengevaluasi kualitas pelayanan di Pintaar.com. Sebanyak 7 pelanggan menyatakan kekecewaan karena harapan mereka tidak sejalan dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan. Keluhan-keluhan tersebut terdokumentasikan dalam Tabel 3:

Tabel 3. Data Pra-Survei Keluhan Pelanggan Pintaar.com

No	Deskripsi Keluhan	Jumlah Keluhan
1	Kurang puas dengan program pembelajaran Pintaar.com.	2 orang
2	Ketidakpuasan terkait ketidaksesuaian sistem pembelajaran dengan kenyataan yang diberikan Pintaar.com.	2 orang
3	Pelanggan merasa kurang puas dengan materi kelas yang dianggap terlalu sedikit, tingkat kesulitan yang dianggap terlalu dasar, dan kurangnya tugas proyek untuk pembuatan portofolio.	2 orang
4	Pelanggan juga merasa admin tidak cukup aktif dalam memberikan informasi mengenai peluang karir atau pekerjaan lepas setelah menyelesaikan pembelajaran.	1 orang
Jumlah		7 orang

Sumber: Data yang diambil oleh peneliti (2023)

Pelanggan Pintaar.com menyampaikan sejumlah keluhan dan saran melalui Tabel 3, terutama terkait program pembelajaran yang menyebabkan ketidakpuasan signifikan.

Keluhan mencakup ketidaksesuaian antara sistem pembelajaran dan realitas, kurangnya interaksi administratif, serta kurangnya tugas proyek untuk membangun portofolio. Saran melibatkan penggunaan grup interaktif seperti Telegram, peningkatan penyelarasan dengan materi pembelajaran, dan peningkatan jumlah latihan untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih praktis. Rekomendasi juga mencakup penggunaan platform pembelajaran interaktif seperti *Google Meet* atau *Zoom*, serta penyediaan tutor untuk meningkatkan interaksi dan memberikan dukungan langsung kepada pelanggan.

Data dari Tabel 1, 2, dan 3 memberikan wawasan mengenai basis pengguna dan kepuasan di Pintaar.com dan pesaingnya, menunjukkan ketidakselarasan yang signifikan dalam jumlah pengguna. Meskipun Luarsekolah, *MySkill*, dan *Skill Academy* memiliki basis pengguna yang lebih besar, Pintaar.com dengan basis 150.000 pengguna menunjukkan kesenjangan yang mencolok. Kepuasan pelanggan, seperti dikemukakan oleh Bharmawan & Hanif (2022); Utami & Farida (2020), memiliki dampak positif pada loyalitas, pembelian berulang, dan reputasi perusahaan. Fokus pada kualitas pelayanan, sebagaimana disebut oleh Makalew et al. (2016), menjadi kunci kesuksesan bisnis dengan meningkatkan reputasi dan membangun loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan, Pintaar.com dan platform serupa harus memprioritaskan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, mengidentifikasi serta memperbaiki area yang perlu ditingkatkan.

Dari latar belakang yang menjadi permasalahan pada penelitian ini yaitu terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi. Pertama, terdapat persaingan yang signifikan dari platform serupa yang memiliki jumlah pengguna lebih banyak daripada Pintaar.com. Kedua, fluktuasi jumlah pengguna Pintaar.com mengindikasikan ketidakstabilan dalam menjaga konsistensi pelayanan pengguna sepanjang tahun. Ketiga, hasil survei menunjukkan adanya ketidakpuasan pengguna terhadap program pembelajaran yang disediakan oleh Pintaar.com. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kualitas pelayanan, tingkat kepuasan pelanggan, dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Pintaar.com.

Menurut Kotler dalam Pertiwi (2019), kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan kualitas, karena kualitas memberikan motivasi kepada pelanggan untuk membentuk keterikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas dijelaskan sebagai keadaan dinamis yang terhubung dengan produk, layanan, individu, proses, dan lingkungan, yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Parasuraman dalam Novira et al. (2020) mendefinisikan Penilaian konsumen pada suatu titik waktu terhadap pelayanan yang diterima menentukan kualitas layanan atau jasa, yang signifikansinya ditentukan oleh berbagai dimensi pelayanan. Kemudian menurut Tjiptono dalam Rohaeni & Marwa (2018) "Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas yang diharapkan". Menurut Parasuraman dalam Jimanto & Kunto (2014) mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Menurut Kotler dalam Pertiwi (2019) setelah membandingkan kinerja atau hasil produk dengan harapan yang dimiliki, seseorang akan merasa puas atau tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Pelanggan akan merasa tidak puas jika kinerja tidak memenuhi harapan. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Menurut Tjiptono (2017), kepuasan

pelanggan terbentuk melalui perbandingan antara harapan yang dimiliki dan kinerja yang diberikan. Kepuasan pelanggan tergantung pada upaya untuk mengurangi atau menyempitkan kesenjangan antara harapan dan kinerja. Menurut Lovelock & Wright dalam Paradigma & Sambara (2019) Respons emosional pelanggan setelah pembelian dapat bervariasi dari kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, hingga kesenangan. Menurut Irawan menunjukkan bahwa ada lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam Veronica (2019), yaitu: harga (*Price*), kualitas pelayanan (*Service Quality*), kualitas produk (*Product Quality*), faktor emosional (*Emotional Factor*), dan kemudahan (*Efficiency*). Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam Hasibuan et al. (2021) yaitu: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai perusahaan. Misalnya, penelitian oleh Ismail et al., (2021) tentang Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung menemukan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan 67,3% dari variabilitas kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Di sisi lain, penelitian Azis, A (2020) di PT. X di Medan menemukan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,887, menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan. Demikian pula, penelitian oleh A. Setiawan et al., (2019) di PT. Borwita Citra Prima Bondowoso menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dengan sekitar 59,2% dari tingkat kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Selain itu, penelitian oleh Prihandoyo (2019) di JNE Cabang Balikpapan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh JNE cabang Balikpapan memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, dengan variabel bebas yang secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terakhir, penelitian oleh Rohaeni & Marwa (2018) di PT Primajasa Perdanarayutama Bandung menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki potensi yang cukup besar dan signifikan untuk memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kuantitatif, di mana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Pintaar.com menjadi fokusnya. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data primer dengan menggunakan Skala Likert. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dari populasi seluruh pelanggan Pintaar.com yang mencapai 150.000 orang. Kuesioner disebar kepada responden melalui Google Form dengan bantuan *WhatsApp Blast* untuk mempermudah pengumpulan data dari pengguna layanan Pintaar.com.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan dua variabel yang akan dianalisis, yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Variabel kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan dengan dimensi reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud fisik. Variabel kepuasan pelanggan mencakup kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Uji validitas dilakukan untuk memastikan instrumen pengukuran dapat mengukur konsep yang dimaksud,

sementara uji reliabilitas mengevaluasi konsistensi hasil pengukuran. Analisis data dilakukan dengan menggunakan skala Likert, di mana hasilnya diinterpretasikan menggunakan tabel interval skala penelitian. Uji hipotesis meliputi uji regresi linear sederhana, uji parsial (uji t), dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk menilai keterkaitan antara variabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Memastikan kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi dengan tepat adalah esensi dari kualitas pelayanan, yang mencakup lima dimensi penting: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Rangkuman respons dari responden terhadap kualitas pelayanan pada kelima dimensi tersebut dapat ditemukan di tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi Kualitas Pelayanan

<i>Reability (Keandalan)</i>			
1	Materi pembelajaran disediakan secara konsisten di platform ini.	3.91	Baik
2	Akses ke platform ini selalu tersedia dan dapat diandalkan.	4.08	Baik
3	Saya yakin bahwa informasi dan materi pembelajaran yang disediakan di platform ini akurat dan dapat diandalkan.	3.94	Baik
4	Platform ini memberikan konsistensi dalam penyampaian materi dan layanan pembelajaran.	4.01	Baik
Rata-rata Skor Dimensi Keandalan		3.99	Baik
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>			
5	Pengajar atau admin merespon dengan cepat terhadap pertanyaan dan keluhan peserta.	3.81	Baik
6	Saya merasa pengajar atau admin memberikan respons yang cepat terhadap kebutuhan dan pertanyaan saya.	3.83	Baik
7	Informasi yang diperlukan peserta disampaikan dengan tepat waktu oleh platform ini.	3.89	Baik
8	Platform ini dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan tanggapan peserta.	3.90	Baik
Rata-rata Skor Dimensi Daya Tanggap		3.86	Baik
<i>Assurance (Jaminan)</i>			
9	Saya yakin bahwa pengajar atau instruktur memiliki keahlian dan pengetahuan yang cukup dalam bidang pembelajaran yang disediakan.	4.05	Baik
10	Platform ini memberikan jaminan keamanan data dan privasi peserta selama pembelajaran.	3.96	Baik
11	Pembelajaran yang disediakan di platform ini dapat memenuhi tujuan pendidikan saya.	3.97	Baik
12	Platform ini memberikan jaminan terhadap kelengkapan dan kualitas materi pembelajaran yang diberikan.	3.89	Baik
Rata-rata Skor Dimensi Jaminan		3.97	Baik
<i>Empathy (Empati)</i>			
13	Pengajar atau pengelola platform dapat memahami kebutuhan dan tantangan individu peserta.	3.83	Baik

14	Platform ini memberikan perhatian pribadi dan peduli terhadap perkembangan pembelajaran saya.	3.75	Baik
15	Platform ini merespons secara empatik terhadap kebutuhan dan kendala peserta.	3.79	Baik
16	Pengajar atau pengelola platform memperlihatkan perhatian terhadap progres dan kebutuhan individual peserta.	3.82	Baik
Rata-rata Skor Dimensi Empati		3.80	Baik
<i>Tangibles (Wujud Fisik)</i>			
17	Wujud fisik atau antarmuka platform ini bersifat user-friendly dan menarik.	3.89	Baik
18	Saya puas dengan kemudahan penggunaan dan navigasi dalam platform ini.	3.98	Baik
19	Platform ini menyediakan fasilitas atau fitur tambahan yang mendukung pengalaman pembelajaran saya.	3.86	Baik
20	Wujud fisik platform ini mencerminkan kualitas dan profesionalisme dalam menyediakan layanan pembelajaran online.	4.02	Baik
Rata-rata Skor Dimensi <i>Tangibles</i>		3.94	Baik
Rata-rata Keseluruhan		3.91	Baik

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan informasi dalam Tabel 4, ditemukan bahwa nilai Rata-rata Skor Kualitas Pelayanan di Pintaar.com adalah 3,91, berada dalam rentang (3,41 hingga 4,20), atau dapat dikategorikan sebagai baik. Dimensi terendah pada 5 dimensi kualitas pelayanan adalah dimensi empati dengan rata-rata 3.80, sementara skor tertinggi tercatat pada dimensi jaminan dengan skor 3.99. Kesimpulan dari analisis ini adalah bahwa secara umum, kualitas pelayanan di Pintaar.com dapat dianggap baik, sejalan dengan skor rata-rata. Namun, perlu diperhatikan bahwa dimensi empati menunjukkan skor yang sedikit lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya, menandakan adanya ruang untuk peningkatan dalam memahami dan merespons kebutuhan individu peserta.

Saran yang dapat diberikan adalah fokus pada peningkatan dimensi empati dalam layanan Pintaar.com. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan interaksi langsung antara pelanggan dan platform, menyediakan lebih banyak kanal komunikasi untuk mendengar umpan balik peserta, atau mengembangkan inisiatif yang menunjukkan kepedulian terhadap pengalaman pembelajaran individu. Dengan demikian, Pintaar.com dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan mereka, memastikan kepuasan pelanggan, dan memperkuat reputasi mereka sebagai penyedia layanan pembelajaran yang responsif dan berkualitas.

Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Perasaan senang atau kekecewaan seseorang terhadap kinerja produk dibandingkan dengan harapan konsumen menjelaskan konsep kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tercermin dalam tiga indikator utama: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Evaluasi tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan diringkas sebagai berikut:

Tabel 5. Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan

Kesesuaian Harapan			
1	Produk pembelajaran yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan.	3.55	Puas
2	Pelayanan dari Pintaar.com sesuai atau melebihi harapan pelanggan.	3.57	Puas
3	Fasilitas penunjang yang disediakan sesuai atau melebihi harapan pelanggan.	3.57	Puas
Rata-rata Skor Kesesuaian Harapan		3.56	Puas
Minat Berkunjung Kembali			
4	Berminat untuk kembali menggunakan Pintaar.com karena pelayanan yang memuaskan.	3.68	Puas
5	Berminat untuk kembali menggunakan Pintaar.com karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan platform pembelajaran.	3.64	Puas
6	Berminat untuk kembali menggunakan Pintaar.com karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.	3.63	Puas
Rata-rata Skor Minat Berkunjung Kembali		3.65	Puas
Kesediaan Merekomendasikan			
7	Bersedia merekomendasikan Pintaar.com kepada teman atau kerabat untuk menggunakan platform pembelajaran karena pelayanan yang memuaskan.	3.56	Puas
8	Bersedia merekomendasikan Pintaar.com kepada teman atau kerabat untuk menggunakan platform pembelajaran karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.	3.60	Puas
9	Bersedia merekomendasikan Pintaar.com kepada teman atau kerabat untuk menggunakan platform pembelajaran karena nilai atau manfaat yang diperoleh.	3.67	Puas
Rata-rata Skor Kesediaan Merekomendasikan		3.61	Puas
Rata-rata Skor Kepuasan Pelanggan		3.61	Puas

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan informasi dalam Tabel 5, nilai rata-rata penilaian responden terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan Pintaar.com adalah 3.61, yang berada dalam rentang (3,41 hingga 4,20), sehingga dapat dikategorikan sebagai puas. Indikator terendah pada kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan dengan rata-rata 3.56, sementara skor tertinggi tercatat pada minat berkunjung kembali dengan skor 3.65.

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun secara umum pelanggan merasa puas dengan layanan Pintaar.com, terdapat area yang memerlukan perhatian lebih lanjut, terutama dalam menyesuaikan harapan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perlu dilakukan evaluasi dan peningkatan terhadap aspek-aspek yang memengaruhi kesesuaian harapan pelanggan. Saran untuk perbaikan dapat meliputi penyesuaian layanan, penyempurnaan fitur, atau penyediaan informasi yang lebih jelas kepada pelanggan. Dengan demikian, Pintaar.com dapat terus memperbaiki kualitas layanannya dan memastikan kepuasan pelanggan yang lebih baik di masa depan.

Hasil Pengujian Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Pintaar.com menggunakan metode analisis regresi linier

sederhana, uji t (parsial), dan uji koefisien determinasi.

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 23. SPSS merupakan program komputer yang sangat efektif untuk mengolah data, baik dalam konteks *parametrik* maupun *non-parametrik*. Informasi lebih detail terkait hal ini dapat ditemukan pada Tabel 6. yang disajikan berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.285	1.953		-1.170	.245
Kualitas Pelayanan	.445	.025	.877	18.093	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Dari hasil uji regresi linier sederhana pada Tabel 6., dapat diturunkan persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = -2,285 + 0,445 X + e$$

Hasil perhitungan yang sudah dilakukan menunjukkan suatu persamaan, yang menunjukkan bahwa nilai X yang diestimasi merupakan regresi dengan besarnya sebagai berikut:

- 1) Konstanta (β_0) dengan nilai -2,285 menandakan bahwa ketika variabel bebas kualitas pelayanan (X) berada pada nilai konstan atau 0, kepuasan pelanggan (Y) akan mencapai nilai -2,285. Supaya kepuasan pelanggan (Y) positif maka di perlukan peningkatan kualitas pelayanan (X) diatas nilai 5. Namun, untuk mencapai kepuasan pelanggan (Y) yang positif, diperlukan peningkatan kualitas pelayanan (X) di atas nilai 5. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan yang memadai, kepuasan pelanggan tidak akan tercapai.
- 2) Koefisien regresi untuk kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,445 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam variabel kualitas pelayanan (X) akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,445 dalam variabel kepuasan pelanggan (Y). Ini berarti jika kualitas pelayanan rendah, pelanggan Pintaar.com tidak akan puas. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan tinggi, pelanggan Pintaar.com akan merasa puas.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Pintaar.com. Temuan ini mengonfirmasi bahwa menyediakan pelayanan yang berkualitas tinggi adalah salah satu strategi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dengan memberikan layanan yang memuaskan, dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dampaknya, pelanggan yang merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan cenderung untuk melakukan pembelian berulang. Mereka juga lebih mungkin memberikan rekomendasi positif kepada orang lain tentang Pintaar.com.

Uji T (parsial)

Dari tabel 6 nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000. Penentuan keputusan mengenai penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi tersebut. Jika nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05, maka hipotesis dapat diterima. Dalam konteks penelitian ini, nilai signifikansi yang ditemukan adalah $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Pintaar.com, dapat diterima.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil dari pengujian koefisien determinasi ini dapat ditemukan dalam bagian *Adjusted R Square* dari tabel 7. Berikut adalah hasil koefisien determinasi dari penelitian ini:

Tabel 7. Tabel Koefisien Determinan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.770	.767	3.538

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Dari tabel 7. tersebut, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,877 menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, karena nilai R mendekati 1. Hal ini menandakan bahwa semakin besar nilai X , semakin besar pula nilai Y . Sementara itu, nilai R^2 sebesar 0,770 menunjukkan bahwa 77,0% dari variabilitas kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan yang diteliti dalam penelitian ini. Sebesar 23,0% sisanya diduga dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini mungkin terpengaruh oleh faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti harga, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa. Sebagaimana dijelaskan oleh Djuwadi (2008), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima dimensi utama, yaitu harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, faktor emosional, dan kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa.

Dengan nilai *R Square* sebesar 0,77 atau 77,0% dari variabilitas kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Pintaar.com.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Pintaar.com. Nilai signifikansi yang rendah ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa hipotesis nol, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dapat diterima. Pengaruh ini dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi, di mana nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,877 menandakan hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai R^2 sebesar 0,770 mengindikasikan bahwa 77,0% dari tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi Pintaar.com, mengingat kualitas pelayanan secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://journals.insightpub.org/index.php/imj>

- Bharmawan, A. S., & Hanif, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Scopindo Media Pustaka.
- Djuwadi, H. I. (2008). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Alex Media Komputindo.
- Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)*, 4, 175–182.
- Ismail, T., Yusuf, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- Jimanto, R. B., & Kunto, Y. S. S. Si., M. S. (2014). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
- Makalew, G. A., Mananeke, L. L., & Tawas, H. N. (2016). *Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama Manado)*. 4(3), 531–544.
- Novira, A., Priatna, R., & Pradesa, H. A. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Kesehatan Puskesmas di Kabupaten Sumedang Tahun 2019. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 3, 288–301.
- Paradigma, J. E., & Sambara, K. (2019). Quality Of Service And Customer Satisfaction In Grab Transportation Service Business. *Jurnal Ekonomi Paradigma*, 21(01).
- Pertiwi, L. D. A. R. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Exclusive Matte Lipcream. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7, 307–315.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal Geo Ekonomi*, 116–129.
- Primantara, I. M. W., & Jatra, I. M. (2017). Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Layanan Terhadap Wom Pada Rsu Surya Husadha Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(7), 3794–3819. www.radarbali.jawapos.com
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018b). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 2 September 2018, 2, 312–318. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/4503/pdf>
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(2), 114–126.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management Mewujudkan Pelayanan Prima*. (3rd ed.). ANDI.
- Utami, A. R., & Farida, F. (2020). Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan Pengguna Perahu Motor Kayu ke Pulau Untung Jawa Kepulauan Seribu Jakarta. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 19-31.
- Veronica, D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Salon Dewi Di Kota Jambi). *Jurnal Development*, 55–109.