



Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Kuliner Di Pasar Cidu Kota Makassar

Alya Nurhusna¹, Ernawati²

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Prodi Ilmu Administrasi Bisnis
Universitas Islam Makassar

Email : erna.fisipuim@yahoo.com

Keywords:

Influence
Service Quality
Customer Satisfaction

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction in culinary UMKM in Pasar Cidu, Makassar City. The method used is quantitative with data collection techniques through observation, questionnaires, and documentation, as well as simple linear regression analysis. The results of the study indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction ($t_{count} = 17.851 > t_{table} = 1.987$; sig. 0.000

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pengaruh
Kualitas Pelayanan
Kepuasan Pelanggan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM kuliner yang berlokasi di Pasar Cidu, Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi, serta dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t_{hitung} = 17,851 > t_{tabel} = 1,987$; signifikansi 0,000

A. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah jenis kegiatan ekonomi yang memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja yang luas serta menyediakan layanan ekonomi bagi masyarakat secara merata. UMKM juga berkontribusi dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta memainkan peran penting dalam menjaga stabilitas perekonomian. Selain itu, UMKM adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh penempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) (Norhaedah et al., 2021)

UMKM Kuliner mempunyai peranan penting dalam perekonomian masyarakat, khususnya di pusat perdagangan seperti di pasar cidu, kota makassar. Persaingan yang ketat dalam industri kuliner memaksa para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan

kepuasan pelanggan. kualitas layanan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan.(Chandrawan et al., 2023)

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh penyedia pelayanan (Dalam hal ini pelaku UMKM Kuliner) kepada konsumen, kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan sendiri adalah perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah membandingkan harapan mereka dengan kenyataan yang diterima setelah menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh UMKM kuliner tersebut.(Caniago & Rustanto, 2022)

Kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan bahagia atau kecewa seseorang setelah membandingkan harapannya dengan kinerja produk atau jasa yang diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan keputusan untuk kembali menggunakan layanan yang sama. Di Pasar Cidu kota Makassar, UMKM makanan menjadi salah satu usaha yang perkembangannya paling pesat. Namun, banyak bisnis masih belum memahami pentingnya kualitas layanan dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. Beberapa pelanggan mengeluh tentang waktu pelayanan yang lama, staf yang tidak ramah, dan kondisi tempat usaha yang tidak bersih. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh UMKM sektor makanan dan minuman di wilayah ini.(Amirudin et al., 2024)

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner, obeservasi, dan dokumentasi. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden . Pengelolahan data dilakukan menggunakan program SPSS, dengan uji validasi, reliabilitas, regresi linear sederhana, uji t, uji koefisien determinasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel Karakteristik Responden

No	Aspek	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Berdasarkan jenis kelamin:		
	a. Laki-laki	31	31%
	b. Perempuan	69	69%
	Jumlah	100	100
2.	Berdasarkan usia		
	a. 12-15	2	2.00%
	b. 16-20	12	12.00%
	c. 21-27	79	79.00%
	d. 28-35	7	7.00%
	Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel di atas, data karakteristik responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 69% dengan rata-rata usia 21-27 tahun sebanyak 79%

Tabel Uji Regresi linear sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,035	1,732		2,906	,005
X	,793	,044	,875	17,851	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2025

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent secara persial dari persamaan dapat disimpulkan :

Nilai konstanta sebesar 5,035 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X) dianggap tidak ada atau bernilai nol, maka tingkat kepuasan pelanggan (Y) tetap berada pada angka 0,793. Ini berarti tanpa adanya kualitas pelayanan, tingkat kepuasan pelanggan sangat rendah atau bahkan tidak tercapai. Variabel kualitas koefisien regresi (x) 0,793 menunjukkan bahwa semua peningkatan kualitas layanan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,793. Dengan kata lain, jika kualitas pelayanan menurun atau tidak optimal, maka tingkat kepuasan pelanggan UMKM kuliner di Pasar Cidu juga akan menurun.

Uji T

Variabel	t hitung	T tabel	Sig
Kualitas Pelayanan	17,851	1,987	0,000

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap t tabel, dengan derajat kebebasan (df) sebesar $n - 2$ ($100 - 2$) = 98, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,987. Jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 dan t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis alternatif (H1) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.

Pembahasan

1. Dalam hal ini cara untuk memuaskan pelanggan membuktikan bahwa perusahaan memberikan layanan terbaik, Kepuasan pelanggan dibuat dengan layanan yang baik. Setelah pelanggan puas dengan produk dan layanan yang diterima, pelanggan membandingkan layanan yang ditawarkan. Jika pelanggan sangat senang bahwa pelanggan melakukan pembelian berulang, pelanggan harus menginstruksikan orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Mulai sekarang, perusahaan harus berpikir dengan hati-hati tentang betapa pentingnya kepuasan pelanggan melalui kualitas layanan. dengan demikian, Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis pertama (H1) dapat diterima, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada pelaku UMKM kuliner di Pasar Cidu, Kota Makassar.
2. Kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X) yang diberikan kepada pelanggan, di mana hal tersebut berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan mereka pada UMKM kuliner di Pasar Cidu, Kota Makassar.

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan sejumlah hal terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM kuliner di Pasar Cidu, Kota Makassar, sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada umkm kuliner pasar cidu kota makassar, dengan t hitung = 17,851 > t tabel 1,987 dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada umkm kuliner pasar cidu kota makassar, Diterima.
2. Kualitas pelayanan terbukti memiliki dampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada UMKM kuliner yang beroperasi di Pasar Cidu, Kota Makassar. Hal ini terlihat dari hasil analisis koefisien determinasi, Koefisien korelasi (R) sebesar 0,765 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen, karena nilainya cukup dekat dengan angka
3. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan (X) akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan (Y). Nilai R^2 sebesar 0,765 mengindikasikan bahwa 76,5% perubahan dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sementara sisanya sebesar 23,5% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam memengaruhi kepuasan pelanggan di UMKM kuliner Pasar Cidu.

REFERENSI

- Amirudin, A., Anggraini, R. R., & Hermawan, H. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO UMKM GLOBAL BAKERY PARUNG BOGOR. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 14(2), 246–254
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada umkm di jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5(1), 19–25.
- Chandrawan, D., Achyani, T., Apriyaningsih, Y., & Permatasari, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akuntansi Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Bismatik. *Nilai*, 1(3), 127–139.
- Norhaedah, K., Nadhar, M., & Fadli, F. (2021). Peran Pemberdayaan Dinas Koperasi dan UMKM dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 45–63.