

ANALISA PARTIAL LEAST SQUARE UNTUK PENENTUAN FAKTOR KEPUASAN PELANGGAN PADA QUEENSLAND STORE

Aulya Sulfa Fitriany¹, Yitno Utomo²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

e-mail: aulyasulfa39@gmail.com¹, yitno@unipasby.ac.id²

Abstrak – Industri jasa semakin bersaing, termasuk perhotelan, asuransi, perbankan, pariwisata, telekomunikasi, dan penjualan pakaian. Berbagai sektor bisnis sangat terpengaruh oleh perkembangan teknologi informasi, yang telah menyebabkan pergeseran pola belanja dari yang tradisional ke yang kontemporer yang bergantung pada internet. Memenuhi kebutuhan pelanggan dan menumbuhkan loyalitas adalah tujuan perusahaan. Pelayanan yang baik, didukung oleh analisis pasar yang akurat, sangat penting untuk memenangkan persaingan. Dengan kemajuan teknologi, industri fashion retail menghadapi tantangan dan peluang baru. Selain itu, jangkauan pemasaran telah diperluas ke platform online. Penelitian ini menekankan bahwa pengalaman pelanggan sangat penting untuk menentukan kepuasan pelanggan, di mana kualitas pelayanan dipengaruhi oleh Reability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness. Studi ini berfokus pada toko Queensland yang berhasil meningkatkan jumlah pelanggan melalui pelayanan yang dinilai memuaskan baik secara offline maupun online.

Kata Kunci: Partial Least Square, Analisis Kepuasan Konsumen.

Abstract – Service industries are increasingly competitive, including hospitality, insurance, banking, tourism, telecommunications, and clothing sales. Various business sectors are greatly influenced by the development of information technology, which has caused a shift in shopping patterns from traditional to contemporary ones that depend on the internet. Meeting customer needs and fostering loyalty is the company's goal. Good service, supported by accurate market analysis, is very important to win the competition. With advances in technology, the fashion retail industry is facing new challenges and opportunities. Additionally, marketing reach has reached online platforms. This research emphasizes that customer experience is very important to determine customer satisfaction, where service quality is influenced by Reability, Assurance, Tangible, Empathy, and Responsiveness. This study focuses on Queensland stores that have succeeded in increasing the number of customers through service that is considered satisfactory both offline and online.

Keywords: Partial Least Square, Customer Satisfaction Analysis.

PENDAHULUAN

Berbagai industri, seperti perhotelan, asuransi, perbankan, pariwisata, telekomunikasi, hingga retail fashion, mengalami persaingan yang semakin ketat di era industri modern. Pola belanja masyarakat telah berubah secara dramatis sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan sistem informasi. Belanja konvensional telah digantikan oleh belanja internet kontemporer (Alfian & Pratama, 2021). Perusahaan yang ingin bertahan dan berkembang di era ini harus dapat memberikan layanan berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan yang baik, yang ditunjukkan dengan memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan nilai tambah, sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan (Siregar & Rosmaini, 2024).

Untuk memenangkan persaingan pasar, kualitas pelayanan menjadi indikator penting keberhasilan perusahaan. Konsumen menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan, jadi perusahaan harus terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui berbagai strategi, seperti melakukan analisis pasar untuk mengetahui kebutuhan konsumen.

Menurut Paramitha et al. (2023), faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah pengalaman pelanggan. Pengalaman yang baik dan layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, sementara pengalaman yang buruk dapat melakukan hal sebaliknya. Menurut Parasuraman et al. (1985), ada dua komponen utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (expected service) dan jasa yang diterima

(perceived service). Perusahaan dituntut berusaha membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Salah satunya dengan mengembangkan strategi untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas jasa. (Rifai 2023)

Oleh karena itu, bisnis harus memberikan informasi yang jelas dan akurat serta layanan berkualitas tinggi untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki pengalaman yang baik. Fokus penelitian ini adalah Queensland Store, sebuah toko fashion yang menunjukkan peningkatan jumlah pelanggan karena dianggap memiliki pelayanan yang baik. Perusahaan ini berusaha untuk memenangkan persaingan di industri fashion retail sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan menggunakan strategi peningkatan pelayanan, baik secara offline maupun online.

METODE PENELITIAN

Tahap Pengumpulan Data

Dalam tahap pengumpulan data, metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisioner. Pengukuran 5 indikator tersebut dilakukan secara kuantitatif yaitu melalui pemberian skor terhadap persepsi responden mengenai berbagai aspek oleh masing-masing indikator. Aspek tersebut berpengaruh pada pengukuran kualitas pelayanan.

Partial Least Square

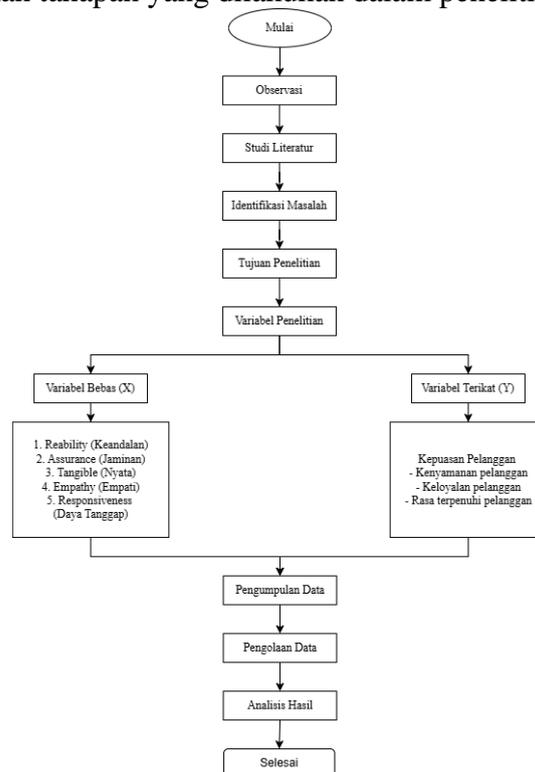
Partial Least Square atau disingkat PLS adalah model persamaan Structural Equation Modelling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS ini pertama kali diperkenalkan secara umum oleh Herman Wold pada tahun 1974. Menurut Ghozali (2006), PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian. (Irwan & Adam, 2020). PLS akan berfungsi saat sebagian variabel bebas atau prediktor saling terhubung atau disaat jumlah prediktor melampaui jumlah kasus. (Wijaya, 2024). Menurut Gozali tahun 2008, PLS merupakan metode analisis yang powerful karena dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel tidak harus besar. PLS selain dapat digunakan sebagai konfirmatori teori juga dapat digunakan untuk membangun hubungan atau untuk pengujian proposisi (Salsabila et al., 2024). Pendekatan yang digunakan untuk menganalisis 5 indikator Reability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness yaitu Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Physical Evidence, Empathy, Assurance, Reliability, dan Responsiveness secara bersama-sama menjelaskan sebesar 66,53% variasi kualitas layanan. PLS Menggunakan metode bootstraping penggandaan secara acak, dengan dilakukannya metode bootstraping maka tidak ada syarat untuk jumlah minimum sample. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori (explanatory research). Penelitian eksplanatori adalah sebuah penelitian yang dimaksudkan untuk mencari hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dengan pengujian hipotesis sebagai penunjuk hubungan tersebut (Yitno & Djoko, 2018)

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini bebrsifat probability artinya populasi tidak berulang. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan yang berbelanja maupun yang tidak berbelanja pada Queensland Store. Sedangkan populasi pada penelitian yang diambil pada Queensland Store adalah 50 pelanggan berbelanja 20 pelanggan tidak berbelanja, unruk populasi yang diambil 70 pelanggan. Ukuran jumlah sampel yang ditentukan berfungsi untuk pedoman dalam melakukan penelitian. Agar target terpenuhi maka peneliti menyebarkan kuisioner kepada responden sebanyak 1-2 orang perhari.

Tahapan Penelitian

Gambar 1 merupakan tahapan yang dilakukan dalam penelitian:



Gambar 1 Tahapan Penelitian

Variabel Penelitian

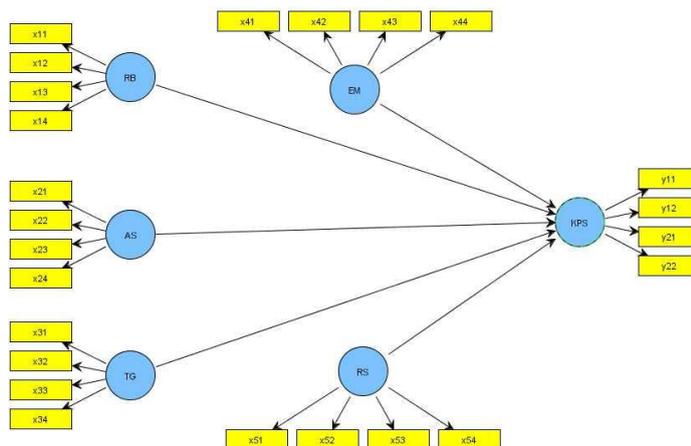
Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yakni variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan sedangkan variabel bebas pada penelitian ini dibentuk oleh 5 indikator yaitu: Reability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness.

Tabel 1. 5 indikator Variabel bebas

Variabel	Indikator	Kode
<i>Reability</i>	Kemampuan pelayanan karyawan	X1.1
	Konsisten dalam pelayanan dari awal hingga akhir	X1.2
	Keakuratan administrasi saat pembelian	X1.3
	Memberikan pilihan produk yang dibutuhkan kepada pelanggan	X1.4
<i>Assurance</i>	Pengetahuan dan ketrampilan yang dijalankan saat melayani pelanggan	X2.1
	Kecepatan yang dijalankan saat melayani pelanggan	X2.2
	Karyawan dapat diandalkan dalam merekomendasikan produk yang dibutuhkan	X2.3
	Karyawan selalu memberikan sikap yang ramah dan sopan pada pelanggan	X2.4
<i>Tangible</i>	Perusahaan menggunakan fasilitas yang baik dan layak digunakan	X3.1
	Karyawan selalu menjaga kebersihan area store	X3.2

	Karyawan selalu menjaga kebersihan fitting room	X3.3
	Karyawan yang dimiliki oleh perusahaan selalu menjaga penampilan (bersih/rapi)	X3.4
<i>Empathy</i>	Karyawan selalu memberikan perhatian ekstra kepada pelanggan	X4.1
	Karyawan mampu untuk menangani keluhan-keluhan pelanggan	X4.2
	Karyawan selalu berusaha untuk mempunyai reputasi yang terbaik di mata pelanggan	X4.3
	Karyawan selalu memberikan saran mengenai produk yang diinginkan pelanggan	X4.4
<i>Responsiveness</i>	Karyawan selalu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan	X5.1
	Karyawan selalu bersedia membantu pelanggan kapan saja	X5.2
	Karyawan selalu mempunyai waktu untuk menanggapi semua permintaan pelanggan	X5.3
	Karyawan selalu cepat dan tepat saat melakukan pembayaran	X5.4

Hipotesis Penelitian



Gambar 2 Hipotesis Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Data umum responden dimaksudkan untuk mengidentifikasi responden yang mengisi dengan beberapa jenis kelompok. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja pada Queensland Store yang berjumlah 100 responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada jenis kelompok tabel berikut :

a. Jenis Kelamin

Tabel Hasil Data Responden Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki – Laki	17	17%
Perempuan	80	80%
Total	97	100%

Dilihat dari data tabel diatas bahwa pelanggan yang berbelanja pada Queensland Store dengan minat tinggi adalah adalah perempuan. Karena fashion lebih banyak diminati oleh banyak perempuan dalam kebutuhan sehari - hari dan juga target pasar yang ditetapkan oleh Queensland Store adalah perempuan.

b. Usia

Tabel Hasil Data Responden Jenis Kelamin

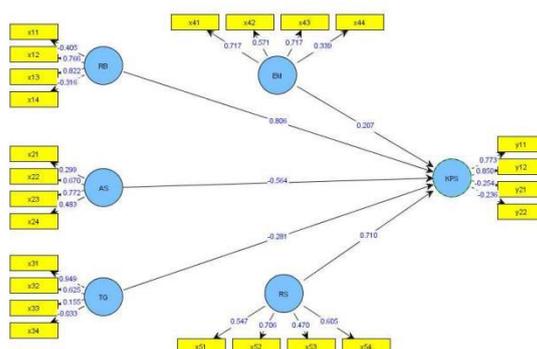
Usia	Frekuensi	%
> 20 tahun	10	10%
21 – 30 tahun	73	73%
31 – 40 tahun	11	11%
< 40 tahun	6	6%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel diketahui mayoritas usia pelanggan Queensland Store yang berbelanja adalah usia 21 – 30 tahun (73%), sedangkan usia rentan untuk berbelanja adalah usia < 40 tahun (6%).

Pengolaan Data

1. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural pada SEM dengan PLS dilakukan dengan melakukan uji R-squared (R2) dan uji signifikansi melalui estimasi koefisien jalur.



Gambar Hasil Evaluasi Model Struktural

1. Hasil R pada variabel Reability (X1) sebesar 0,806 mengindikasikan bahwa model dikategorikan pengaruh tinggi dengan pengaruh 80,6% terhadap kepuasan pelanggan
 2. Hasil R pada variabel Assurance (X2) sebesar 0,564 mengindikasikan bahwa model dikategorikan cukup berpengaruh dengan pengaruh 56,4% terhadap kepuasan pelanggan
 3. Hasil R pada variabel Tangible (X3) sebesar 0,281 mengindikasikan bahwa model dikategorikan tidak berpengaruh dengan pengaruh 28,1% terhadap kepuasan pelanggan
 4. Hasil R pada variabel Empathy (X4) juga sama sebesar 0,207 mengindikasikan bahwa model dikategorikan tidak baik dengan pengaruh 20,7% terhadap kepuasan pelanggan
- Hasil R pada variabel Responsiveness (X5) sebesar 0,710 mengindikasikan bahwa model dikategorikan pengaruh tinggi dengan pengaruh 71 % terhadap kepuasan pelanggan

2. Hipotesis

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, diketahui bahwa nilai nilai T-tabel untuk tingkat kepercayaan $t = (97-5) = 1,296$ ($t > 1,296$)

$t = (n-k) = 1,296$ ($t > 1,296$) maka hipotesisnya diterima

Tabel Hasil t-tabel

	original sample estimate	mean of subsamples	Standard deviation	T-Statistic
RB -> KPS	0.806	0.670	0.261	3.087
AS -> KPS	-0.564	0.093	0.332	1.697
TG -> KPS	-0.281	0.126	0.208	1.354
EM -> KPS	0.207	0.110	0.270	0.767
RS -> KPS	0.710	0.041	0.393	1.809

Hasil Pengujian Hipotesis

Ha 1 : Faktor Reability ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store
Kriteria pengujian :

$t = (n-k) = 3,087$ ($t > 1,296$) maka hipotesisnya diterima

Berdasarkan tabel inner weight nilai t statistik pada X1 sebesar 3,087 sehingga berdasarkan kriteria pengujian t-statistic > t-tabel ($3,087 > 1,296$) sehingga hipotesis diterima yang artinya Faktor Reability ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store

Ha 2 : Faktor Assurance ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store
Kriteria pengujian :

$t = (n-k) = 1,697$ ($t > 1,296$) maka hipotesisnya diterima

Berdasarkan tabel inner weight nilai t statistik pada X1 sebesar 1,697 sehingga berdasarkan kriteria pengujian t-statistic > t-tabel ($1,697 > 1,296$) sehingga hipotesis diterima yang artinya Faktor Assurance ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store

Ha 3 : Faktor Tangible ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store
Kriteria pengujian :

$t = (n-k) = 1,354$ ($t > 1,296$) maka hipotesisnya diterima

Berdasarkan tabel inner weight nilai t statistik pada X3 sebesar 1,354 sehingga berdasarkan kriteria pengujian t-statistic > t-tabel ($1,354 > 1,296$) sehingga hipotesis diterima yang artinya Faktor Tangible ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store

Ha 4 : Faktor Empathy ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store
Kriteria pengujian :

$t = (n-k) = 0,767$ ($t < 1,296$) maka hipotesisnya tidak diterima

Berdasarkan tabel inner weight nilai t statistik pada X4 sebesar 0,767 sehingga berdasarkan kriteria pengujian t-statistic > t-tabel ($0,767 < 1,296$) sehingga hipotesis tidak diterima yang artinya Faktor Empathy tidak ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store

Ha 5 : Faktor Responsiveness ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store
Kriteria pengujian :

$t = (n-k) = 1,809$ ($t > 1,296$) maka hipotesisnya diterima

Berdasarkan tabel inner weight nilai t statistik pada X5 sebesar 1,809 sehingga berdasarkan kriteria pengujian t-statistic > t-tabel ($1,809 > 1,296$) sehingga hipotesis diterima yang artinya Faktor Responsiveness ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Queensland Store.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang sudah dilakukan maka simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Faktor Reability ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena hasil uji-t pada variabel Reability (X1) pada t-statistic sebesar 3,087 sehingga t-hitung > t-tabel (3,087 > 1,296) sehingga hipotesis pertama terbukti kebenarannya.
2. Faktor Assurance ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena hasil uji-t pada variabel Assurance (X2) pada t-statistic sebesar 1,697 sehingga t-hitung > t-tabel (1,697 > 1,296) sehingga hipotesis kedua terbukti kebenarannya.
3. Faktor Tangible ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena hasil uji-t pada variabel Tangible (X3) pada t-statistic sebesar 1,354 sehingga t-hitung > t-tabel (1,354 > 1,296) sehingga hipotesis ketiga terbukti kebenarannya.
4. Faktor Empathy ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena hasil uji-t pada variabel Empathy (X4) pada t-statistic sebesar 0,767 sehingga t-hitung > t-tabel (0,767 < 1,296) sehingga hipotesis keempat tidak terbukti kebenarannya.
5. Faktor Responsiveness ada pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan karena hasil uji-t pada variabel Responsiveness (X5) pada t-statistic sebesar 3,087 sehingga t-hitung > t-tabel (1,809 > 1,296) sehingga hipotesis kelima terbukti kebenarannya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, dan juga setelah menulis kesimpulan, maka ada saran yang dapat diberikan untuk pelayanan karyawan Queensland Store yaitu :

1. Karyawan dapat mendekatkan diri kepada pelanggan dengan cara mengajak mengobrol atau basa-basi disaat melakukan penawaran dan menjadikan pelanggan tersebut merasa nyaman dan menjadi pelanggan loyal.
2. Karyawan dapat melakukan pendekatan kepada kerabat maupun keluarga pelanggan yang berbelanja guna mengetahui kebutuhan yang diinginkan atau disukai oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, F., & Pratama, D. (2021a). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Aplikasi J&T Express Sebagai Penyedia Jasa dengan Menggunakan Metode Partial Least Square. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2(2), 150–161. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i2.1374>
- Alfian, F., & Pratama, D. (2021b). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Aplikasi J&T Express Sebagai Penyedia Jasa dengan Menggunakan Metode Partial Least Square Consumer Satisfaction Analysis of J&T Express Application as a Service Provider Using Partial Least Square Method. In *JTSI* (Vol. 2, Issue 2).
- Faizah, S. N., & Panjawa, J. L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Bpjs Kesehatan Kc Magelang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(3), 145–153. <https://doi.org/10.23960/jep.v9i3.128>
- Irwan, & Adam, K. (2020). Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya. *Teknosains*, 9(1), 53–68.
- Paramitha, D. A., Jumali, M. A., & Utomo, Y. (2023). Analisa Kepuasan Mutu Pelayanan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Kediri Berdasarkan. *Semnasti*.
- Ratu, D. A. Y., Editama, F., Samino, S., & Ekasari, F. (2024). Analisis Minat Kunjungan Ulang melalui Kepuasan Pasien sebagai Variabel Intervening pada Pasien Rawat Jalan di RSUD Jend. Ahmad Yani Metro. *MAHESA: Malahayati Health Student Journal*, 4(4), 1247–1266. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v4i4.13995>
- Rifai, M. I. (2023). ANALISA PENGARUH TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP MUTU PELAYANAN KREDIT DI PT. BPR DELTA LAMONGAN CABANG GRESIK (Studi Kasus: PT. BPR Delta Lamongan Cabang Gresik) (Doctoral dissertation, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya).
- Saefullah, A. (2022). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Toko

Online Shop XYZ. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 4(3), 278–285.

- Salsabila, khairunnisa L. N., Handayani, J., & Kusuma, S. Y. (2024). Pengaruh Customer relationship management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(2), 52–63. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i2.1490>
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru).
- Septiani, Y., Arribe, E., & Diansyah, R. (2020). MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143.
- Siregar, A. S., & Rosmaini, E. (2024). STRUCTURAL EQUATION MODELING PARTIAL LEAST SQUARE PADA ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN PERPUSTAKAAN BERDASARKAN PERSEPSI MAHASISWA. *Leibniz: Jurnal Matematika*, 4, 1–11.
- Suwito, J. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV GLOBAL AC BANJARBARU Joko. *KINDAL*, 14(1), 1–14.
- Utomo, Y., & Walujo, D. A. (2018). Penerapan Konstruk Technology Acceptance Model (Tam) Pada Layanan Mobile Application Di Pdam Surya Sembada Kota Surabaya. *WAKTU: Jurnal Teknik UNIPA*, 16 (1), 39–48.
- Wijaya, S. S. (2024). Pengaruh Komunikasi Efektif Dokter-Pasien dan Kualitas Layanan pada Proses Konsultasi Online di Aplikasi Halodoc terhadap Kepuasan Pengguna dengan Memperhatikan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi (Analisis Partial Least Square-Structural Equati (Vol. 15, Issue 1). *UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA*.