

UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBELIAN *SNACK* DI TOKO GROSIR SARIATI SINGKIL

ANNISA

Manajemen Pemasaran, Politeknik Unggul LP3M

ABSTRAK

Kualitas Pelayanan adalah kunci utama dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen sebagai kunci sukses suatu usaha. Peranan pelayanan akan lebih besar dan menentukan jika pada kegiatan usaha tersebut bersaing dalam persaingan pasar dan dapat menarik pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya peningkatan kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan terhadap pembelian snack pada usaha grosir. Penelitian ini merupakan studi kasus dengan metode kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan Kepuasan dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut maupun melalui media sosial lain yang dapat memperbaiki citra usaha dimata pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi fokus utama yang harus diperhatikan usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Pembelian Snack.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Pembelian Snack

I. PENDAHULUAN

Usaha grosir merupakan bisnis yang menjual produk dalam jumlah besar, baik kepada tengkulak maupun pengecer. Peluang usaha grosir ini sangat menjanjikan di lihat dari permintaan pasar yang begitu besar akan kebutuhan berbagai macam *snack* pada toko-toko kecil. Di Kabupaten Singkil khususnya Desa Siti Ambia terdapat beberapa toko grosir *snack* yang menjual berbagai macam merek *snack*.

Sebagai mahasiswi jurusan Manajemen Pemasaran peneliti memilih judul Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian *Snack* di Toko Grosir Sariati Singkil hal ini di sebabkan ketertarikan peneliti terhadap pemasaran/penjualan *snack* di toko grosir Sariati Singkil khususnya berkaitan dengan kepuasan konsumen dan pelayanan yang diberikan. Lokasi toko grosir Sariati Singkil yang dekat dengan rumah saya, serta dikelola oleh orang yang peneliti kenal menjadikan toko tersebut sebagai tempat penelitian peneliti. Toko ini memiliki banyak pelanggan/laris termasuk peneliti. Sehingga dari penelitian ini peneliti harap bisa mendapatkan ilmu pemasaran yang cukup signifikan dan berkontribusi terhadap pihak-pihak yang membutuhkan.

Kepuasan konsumen dalam suatu bisnis merupakan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari para konsumen yang terpenuhi dan mengakibatkan kesetiaan

kepada perusahaan. Jika harapan dari konsumen terpenuhi maka akan merasa puas. Selain itu, bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kualitas produk menjadi suatu hal yang penting, agar menjadi suatu dorongan bagi usaha/bisnis restoran untuk selalu lebih mementingkan produk yang dihasilkan dari segi kualitasnya maupun ragam produknya, dengan adanya kualitas produk yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud (Rivki et al., 2020)

Kesimpulan kepuasan konsumen sangat penting bagi bisnis, karena sangat penting untuk mencapai tujuan mereka. Konsumen yang puas akan cenderung membangun hubungan baik dengan usaha bisnis. Kepuasan terjadi jika produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan konsumen, sementara ketidakpuasan muncul jika produk atau layanan tidak memenuhi harapan mereka. Para ahli seperti Sudirman, Herlambang, dan Kottler serta Keller mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan.

Kualitas Pelayanan merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, salah satunya adalah dari segi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik. (Aryandi & Onsardi, 2020)

Kesimpulan penulis dari kutipan tersebut adalah bahwa kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepercayaan konsumen. Untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan, perusahaan harus fokus pada peningkatan elemen yang mendukung kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan melibatkan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara yang tepat agar sesuai dengan harapan mereka.

Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan dari beberapa alternatif dan penyelesaian masalah yang dimiliki konsumen, kemudian konsumen dapat mengevaluasi berbagai pilihan tersebut, dan dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Sebuah perusahaan perlu mengenal dengan baik keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen agar dapat lebih memaksimalkan penjualan produknya. (Masnun et al., 2019)

Kesimpulannya, keputusan pembelian melibatkan proses di mana konsumen mengidentifikasi kebutuhan atau masalah, mencari dan mengevaluasi informasi tentang berbagai produk atau merek, serta memilih alternatif yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka. Proses ini mencerminkan perilaku konsumen dalam memilih dan menggunakan barang atau jasa untuk mencapai kepuasan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif menonjolkan proses dan makna dari perspektif subjek penelitian. Landasan teori digunakan sebagai panduan untuk memastikan fokus penelitian tetap sesuai dengan fakta yang ditemukan

dilapangan. Selain itu, landasan teori memberikan gambaran umum tentang konteks penelitian dan membantu dalam membahas hasil temuan.

Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber asli, biasanya melalui metode seperti pra-survei, wawancara, atau kuesioner, untuk menjawab pertanyaan atau tujuan penelitian tertentu.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti jurnal, dan sebaliknya, data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama, yaitu melalui interaksi langsung dengan objek penelitian atau responden. Dalam hal ini, data primer dikumpulkan melalui pengisian kuisisioner oleh responden di toko grosir Sariati Singkil, yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai subjek studi. Data primer ini digunakan untuk tujuan penelitian tertentu dan berkaitan langsung dengan variabel yang sedang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian tugas akhir ini berasal dari berbagai sumber adalah:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra sebagai alat bantu utamanya. Dalam hal pancaindra digunakan untuk menangkap gejala yang diamati. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.

b. Kuesioner

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data mencakup penelitian lapangan, observasi, dan penggunaan kuesioner. Untuk mendapatkan data yang relevan, peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian yang diberikan kepada responden.

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Seiring perkembangan teknologi metode wawancara dapat pula dilakukan melalui media-media tertentu, misalnya telepon, whatsapp, atau media komunikasi lainnya.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data konkrit mengenai peran kepuasan konsumen, kualitas pelayanan terhadap pembelian *snack* di Toko Grosir.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari observasi, kuesioner, dan diolah dengan menggunakan metode analisis data kualitatif. Setelah data terkumpul, proses analisis data harus segera dilakukan. Metode analisis ini melibatkan teknik sistematis untuk memproses, menginterpretasi, dan mengekstrak informasi dari

data, dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan tren.

Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang topik penelitian dan mendukung kesimpulan tugas akhir.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada penelitian Upaya Peningkatan Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian *Snack* di Toko Grosir Sariati Singkil, yang menjadi objek penelitiannya adalah konsumen singkil yang berjumlah 30 responden. Kuesioner ini diberikan langsung kepada konsumen dan wawancara diberikan kepada pihak manajemen toko grosir Sariati Singkil. Total kuesioner yang disebar sebanyak 12 kuesioner, dan seluruh kuesioner dapat diolah. Hasil penyebaran kuesioner dan wawancara dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Jumlah Kuisisioner

Keterangan	Total
Hasil kuisisioner yang dihasilkan	12
Hasil wawancara yang dihasilkan	4
Kuisisioner dan wawancara yang dapat dianalisis	16

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Kuesioner yang mencakup 6 pernyataan untuk setiap variabel: Kepuasan Konsumen (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan wawancara mencakup 4 pertanyaan untuk variabel Pembelian *snack* (Y). Kuesioner tersebut dibagikan kepada 30 konsumen di Toko Grosir Sariati Singkil. Data yang terkumpul dari kuesioner dan wawancara ini akan dianalisis untuk menilai hubungan antara variabel-variabel tersebut.

1. Identitas Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Identitas Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Presentasi
Perempuan	23	76,7%
Laki-laki	7	23,3%
	30	100%

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu 23 orang (76,7%), sedangkan laki-laki berjumlah 7 orang (23,3%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen perempuan lebih dominan dalam melakukan pembelian di Toko Grosir Sariati Singkil.

2. Usia Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentasi
17-20 tahun	11	36,6%
21-25 tahun	17	56,7%
26-30 tahun	2	06,7%
	30	100%

Tabel 4.3 di atas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 11 (36,6%) orang dengan usia 17-20 tahun, 17 (56,7%) orang dengan usia 21-25 tahun, 2 (06,7%) orang dengan usia 26-30 tahun. Bisa ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas konsumen pada Toko Grosir Sariati Singkil adalah berusia 21-25 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Karakteristika Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentasi
Pelajar	17	56,7%
Lainnya	11	36,6%
Wiraswasta	2	06,7%
	30	100%

Tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen Toko Grosir Sariati Singkil adalah pelajar, dengan persentase sebesar 56,7%. Ini menunjukkan bahwa kelompok pelajar mendominasi basis pelanggan toko tersebut dibandingkan dengan kategori lainnya, seperti wiraswasta (6,7%) dan kategori lainnya (36,6%).

Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Untuk upaya peningkatan kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap pembelian *snack*, maka peneliti membagikan sebuah kusioner/angket kepada 30 responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini, Dari 30 responden tersebut peneliti merekapitulasi seluruh skor pada setiap butir pertanyaan dan kemudian mentabulasikan jumlah skor keseluruhan item pertanyaan dari masing- masing variabel, dan menghasilkan seluruh data untuk diuji kebenarannya.

1. Kepuasan Konsumen

Indikator variabel :

- a. Harga snack lebih terjangkau dibandingkan toko snack lainnya

Tabel 4.5
Presentase Jawaban Responden Tentang harga *snack*
lebih terjangkau di toko grosir Sariati Singkil

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Puas	7	23,3%
Puas	12	40%
Cukup Puas	11	36,7%
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Jumlah	30	100%

- b. Variasi produk *snack* lebih lengkap dan tidak ada yang kadaluwarsa.

Tabel 4.6
Presentase Jawaban Responden Tentang varian *snack*
lengkap dan tidak kadaluwarsa di toko
grosir Sariati Singkil

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Puas	9	30%
Puas	11	36,7%
Cukup Puas	10	33,3%
Kurang Puas	0	0
Tidak Puas	0	0
Jumlah	30	100%

- c. Toko *Snack* terjaga kebersihan dan kerapihannya

Tabel 4.7
Presentase Jawaban Responden Tentang bersih dan
rapinya toko grosir Sariati Singkil

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Puas	9	30%
Puas	14	46,7%
Cukup Puas	5	16,7%
Kurang Puas	2	6,6%
Tidak Puas	0	0
Jumlah	30	100%

- d. Toko lebih nyaman, dan luas dilengkapi dengan kipas angin yang cukup

Tabel 4.8
Presentase Jawaban Responden Tentang Toko Dilengkapi
Dengan Kipas Angin Yang Cukup

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Puas	6	20%
Puas	14	46,7%
Cukup Puas	9	30%
Kurang Puas	1	3,3%
Tidak Puas	0	0

Jumlah	30	100%
--------	----	------

- e. Produk-produk disusun secara sistematis, sehingga memudahkan pembeli untuk mengambilnya.

Tabel 4.9

Presentase Jawaban Responden Tentang produk *snack* disusun dengan sistematis untuk memudahkan pembeli

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Puas	8	26,7%
Puas	15	50%
Cukup Puas	6	20%
Kurang Puas	1	3,3%
Tidak Puas	0	0
Jumlah	30	100%

- f. Harga yang tertera di etalase selalu sesuai dengan harga saat pembayaran.

Tabel 4.10

Presentase Jawaban Responden Tentang harga yang tertera dengan harga saat pembayaran selalu sama

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Puas	7	23,3%
Puas	14	46,7%
Cukup Puas	5	16,7%
Kurang Puas	3	10%
Tidak Puas	1	3,3%
Jumlah	30	100%

Tabel 4.11

Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen

JAWABAN KUESIONER												
NO	SP		P		CP		KP		TP		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	7	23,3%	12	40%	11	36,7%	0	0%	0	0%	30	100%
2	9	30%	11	36,7%	10	33,3%	0	0%	0	0%	30	100%
3	9	30%	14	46,7%	5	16,7%	2	6,6%	0	0%	30	100%
4	6	20%	14	46,7%	9	30%	1	3,3%	0	0%	30	100%
5	8	26,7%	15	50%	6	20%	1	3,3%	0	0%	30	100%
6	7	23,3%	14	46,7%	5	16,7%	3	10%	1	3,3%	30	100%
Total		25,5%		44,5%		25,7%		3,9%		0,5		

Kesimpulan dari tabel 4.11 hasil rekapitulasi Kepuasan konsumen, bahwa secara umum mayoritas konsumen toko grosir Sariati Singkil dengan hasil 44,5%, secara fluktuatif dikategorikan puas.

2. Kualitas Pelayanan

Indikator variabel :

- a. Pelayan, melayani dengan ramah dan cepat

Tabel 4.12

Presentase Jawaban Responden Tentang staf toko melayani dengan ramah dan cepat

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Baik	11	36,7%
Baik	12	40%
Cukup Baik	6	20%
Kurang Baik	1	3,3%
Tidak Baik	0	0
Jumlah	30	100%

- b. Pelayan selalu ada untuk dimintai keterangan tentang produk

Tabel 4.13

Presentase Jawaban Responden Tentang pelayan selalu ada ketika dimintai keterangan

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Baik	8	26,7%
Baik	15	50%
Cukup Baik	5	16,7%
Kurang Baik	1	3,3%
Tidak Baik	1	3,3%
Jumlah	30	100%

- c. Pelayanan di kasir sangat teliti, dan jujur

Tabel 4.14

Presentase Jawaban Responden Tentang pelayan di kasir sangat teliti dan jujur

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Baik	9	30%
Baik	14	46,7%
Cukup Baik	6	20%
Kurang Baik	0	0
Tidak Baik	1	3,3%
Jumlah	30	100%

- d. Pelayan sangat paham tentang produk yang dijual

Tabel 4.15

Presentase Jawaban Responden tentang pelayan yang paham dengan produk yang dijual

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Baik	8	26,7%
Baik	14	46,7%
Cukup Baik	7	23,3%
Kurang Baik	1	3,3%
Tidak Baik	0	0
Jumlah	30	100%

- e. Toko buka selalu tepat waktu dan setiap hari (08.00-17.00)

Tabel 4.16
Presentase Jawaban Responden Tentang toko yang buka tepat waktu

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Baik	5	16,7%
Baik	20	66,7%
Cukup Baik	3	10%
Kurang Baik	1	3,3%
Tidak Baik	1	3,3%
Jumlah	30	100%

- f. Pelayan selalu ada untuk mengantarkan barang Ketika ada yang tertinggal (bagi yang dekat)

Tabel 4.17
Presentase Jawaban Responden Tentang pelayan ada untuk mengantarkan barang yang tertinggal

Kategorisasi	Frekuensi (f)	Presentase (%)
Sangat Baik	6	20%
Baik	15	50%
Cukup Baik	8	26,7%
Kurang Baik	1	3,3%
Tidak Baik	0	0
Jumlah	30	100%

Tabel 4.18
Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan

JAWABAN KUESIONER												
NO	SB		B		CB		KB		TB		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	11	36,7%	12	40%	6	20%	1	3,3%	0	0%	30	100%
2	8	26,7%	15	50%	5	16,7%	1	3,3%	1	3,3%	30	100%
3	9	30%	14	46,7%	6	20%	0	0%	1	3,3%	30	100%

4	8	26,7%	14	46,7%	7	23,3%	1	3,3%	0	0%	30	100%
5	5	16,7%	20	66,7%	3	10%	1	3,3%	1	3,3%	30	100%
6	6	20%	15	50%	8	26,7%	1	3,3%	0	0%	30	100%
Total		26,1%		50%		19,5%		2,7%		1,6%		

Kesimpulan dari tabel 4.18 hasil rekapitulasi Kualitas Pelayanan, bahwa secara umum mayoritas konusmen toko grosir Sariati Singkil dengan hasil 50%, secara fluktuatif juga dikategorikan baik.

3. Pembelian Snack

Pertanyaan wawancara :

- Bagaimana perbandingan penjualan dibulan April-Mei-Juni
- Berapa item *snack* yang terjual dalam 3 bulan (April-Mei-Juni).
- Apakah pihak manajemen toko grosir Sariati Singkil sudah memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan?
- Menurut pihak manajemen toko grosir Sariati Singkil, apakah para pelanggan merasa puas saat berbelanja di toko grosir Sariati Singkil.

Hasil wawancara :

- Perbandingan penjualan dibulan :
 - Penjualan Bulan April:
 - Total Penjualan: Rp 13.500.000
 - Penjualan Bulan Mei:
 - Total Penjualan: Rp 16.200.000
 - Peningkatan dari April: Rp 2.700.000
 - Penjualan Bulan Juni:
 - Total Penjualan: Rp 15.000.000
 - Peningkatan dari Mei: Rp 900.000
- Tren Penjualan: Penjualan snack di Grosir Snack Sariati Singkil menunjukkan peningkatan setiap bulan. Dari April ke Mei, penjualan meningkat sebesar Rp 2.700.000. Peningkatan berlanjut dari Mei ke Juni adanya penurunan Rp 900.000.
- Penjualan Terbaik: Bulan Mei mencatat penjualan tertinggi dengan total Rp 16.200.000.
- Faktor Mungkin: Peningkatan penjualan mungkin disebabkan oleh promosi, peningkatan stok, atau tren musiman.
- Item yang terjual dalam 3 bulan yaitu
 - April : 1.500 item *snack*
 - Mei : 1.800 item *snack*
 - Juni : 1.700 item *snack*

Kesimpulannya total item snack yang terjual di toko grosir Sariati Singkil dalam periode Penjualan meningkat dari April ke Mei dan kemudian menurun sedikit di Juni. Ini menunjukkan adanya kemungkinan perubahan permintaan atau faktor lain yang mempengaruhi penjualan. Kemungkinan penyebabnya karena musim Hujan, Banjir. Dan juga karena peningkatannya produk.

- Kami sudah memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan kami. Hal ini terlihat dari Tingkat kepuasan pelanggan dan konsisten dalam

menerapkan standar pelayanan yang baik.

- d. Iya, para pelanggan sangat puas berbelanja di toko grosir Sariati Singkil Mereka mengapresiasi hal positif seperti pelayanannya yang cepat, harganya yang kompetitif, dan banyaknya varian produk. Namun, Kami terus berupaya untuk meningkatkan pengalaman belanja pelanggan kami berdasarkan umpan balik yang kami terima.

Pembahasan

Bagaimana Upaya Peningkatan kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Yang Diberikan Oleh Toko Grosir Sariati Singkil

Kualitas Pelayanan menjadi kunci utama dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen sebagai kunci sukses suatu usaha. Dari hasil jawaban kuisisioner yang diisi oleh responden bahwa indikator dengan skor jawaban tertinggi pada variabel Kepuasan Konsumen adalah dengan jawaban puas terhadap Kualitas Pelayanan yang telah dilakukan dengan skor 20 dengan presentasi 66,7%. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh dalam meningkatkan penjualan pada toko grosir Sariati Singkil. Artinya semakin baik Kualitas Pelayanan toko grosir Sariati Singkil maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen serta banyak pembelinya.

Toko Grosir Sariati Singkil telah melaksanakan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanannya dengan cara yang sistematis dan efektif. Langkah utama yang diambil oleh toko grosir Sariati Singkil adalah:

Pelatihan Karyawan: Toko grosir memiliki 1 karyawan secara rutin memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam berkomunikasi dan menangani keluhan. Hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan responsif kepada pelanggan.

Sistem Penanganan Keluhan: Keluhan pelanggan dapat ditangani dengan cepat, untuk memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap toko. Toko grosir Sariati Singkil biasanya menerima keluhan dengan baik, meluruskan kesalahpahaman antar harga.

Peningkatan Fasilitas Toko: Perbaikan tata letak dan kebersihan toko telah dilakukan untuk menciptakan lingkungan belanja yang lebih nyaman.

Secara keseluruhan, upaya-upaya tersebut berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman belanja, yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menarik lebih banyak pembeli, dan memperkuat posisi toko grosir Sariati Singkil di pasar.

Bagaimana Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian *Snack* Toko Grosir Sariati Singkil Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Tanggapan responden tentang kualitas pelayanan terhadap pembelian *snack* berada pada kategori setuju yaitu 20 responden dengan presentase 66,7% Maka dari hasil rekapitulasi variabel X_2 dapat disimpulkan kualitas pelayanan pada pembelian *snack* berada pada kategori setuju. Dari hasil observasi dilapangan hal tersebut dapat dilihat dari pelayanan yang diberikan toko grosir dapat memperoleh kepuasan bagi konsumen.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada pembelinya. Kepuasan konsumen akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa.

IV. KESIMPULAN

1. Dapat disimpulkan secara umum dan dominan para Kepuasan Konsumen 44,5% masih dalam kategori puas. Saat ini penjualan masih dalam fluktuatif artinya kepuasan belum bisa berkontribusi untuk meningkatkan penjualan. Kepuasan Konsumen memiliki peran yang positif terhadap meningkatnya penjualan *snack* di Toko Grosir Sariati Singkil. Hal ini karena kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan produk *snack* atau jasa yang diterima dengan harapan mereka, kepuasan konsumen bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga mencakup pencapaian atau bahkan melampaui harapan konsumen.
Toko grosir Sariati Singkil mengambil langkah-langkah penting untuk meningkatkan pelayanan dan pengalaman belanja pelanggan, antara lain: Pelatihan Karyawan, Sistem Penanganan Keluhan, dan Peningkatan Fasilitas Toko. Langkah-langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi toko di pasar.
2. Dapat disimpulkan secara umum dan dominan para pelayanan 50% masih dalam kategori Baik. Kualitas Pelayanan jasa memiliki peranan yang belum maksimal terhadap penjualan produk *snack* di Toko Grosir Sariati Singkil. Hal ini terlihat dari Tingkat hasil penjualan yang masih Fluktuatif (naik turun). Kualitas Pelayanan sangat penting dalam meningkatkan penjualan Fokusnya adalah hubungan antar pelayanan yang diberikan, seperti keramahan, responsivitas, dan kenyamanan berbelanja, dengan tingkat kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan, kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan yang baik dan pengelolaan toko yang efektif. Untuk peningkatan lebih lanjut, disarankan untuk terus memperbaiki area seperti penanganan umpan balik, kemudahan pengembalian produk, dan komunikasi mengenai ketersediaan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini Nur Laras, & Izzah Nidaul. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanKonsumen (Studi Pada the Body Shop Botani Square Mall Bogor). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(6), 447–455.
- Aprileny, I., Wati, W. T., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02), 39–47. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>
- Apriliana, & Sukaris. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal*

Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, 1(1), 117–127.
<http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/12>

Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.

Hayati, I. (2019). No 5–10.

Hendrik, J. J. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Customer Service, Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku ...*, 03(1), 145–154.
<https://jmppk.ub.ac.id/index.php/jmppk/article/view/236>

Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 413–423.

Johny Urbanus Lesnussa, & Warbal, M. (2023). Pengaruh Sikap dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PUBLIC POLICY (Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis)*, 4(1), 31–46.
<https://doi.org/10.51135/publicpolicy.v4.i1.p31-46>

Ludviyatus Sholeha, Sutrisno Djaja, J. W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>

Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabus, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>

Mursyidah, D. S. (2021). Thailand's automotive service quality customer satisfaction: A servqual model cfa of suzuki mo. *Asia-Pacific Social Science Review*, 18(2), 99–113.

Rivki, M., Bachtiar, A. M., Informatika, T., Teknik, F., & Indonesia, U. K. (2020). No 112.

Situmorang, E. E., & Silitonga, P. (2022). Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Peran Mediasi Citra Merek Pada Warunk Upnormal Cibinong. 17(2), 1–14.

Sulistiyawati, N. M. (2015). Kepuasan Pelanggan Restoran Indus. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332.

Susanto, H. A., & Otoluwa, N. I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Konsumen pada PT Astra Internasional Tbk Honda Cabang Maros. *Jurnal Brand*, 2(1), 141.

Tito, A. C. P., & Parahiyangan, P. (2022). Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Aspek Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Pt Agronesia Saripetojo Bandung). *Angewandte Chemie International Edition*, 07(01), 42.

Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 183. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>

Wijaya, W. R. B., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*