

## Analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara ilo peta dengan *foodbox*

Adhi Nurrahman Pratama<sup>1</sup>, Ita Purnama<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

<sup>1</sup>Email: adhinurrahman212.stiebima@gmail.com

<sup>2</sup>Email: ita123purnama@gmail.com

### Abstrak

Maksud penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis sejauhmana perbedaan tingkat kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Ilo Peta dan Foodbox Kota Bima. Sedangkan sampel penelitian adalah 30 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan Uji Validitas Dan Uji Realibilitas, Teknik analisis T-test independent (seprated varians), T-test independent (polled varians ) dan alat analisis yang di gunakan adalah SPSS 22,0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ditemukan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan Ilo peta dan Foodbox kota bima. Dalam penelitian ini di ketahui  $n_1 = n_2$  sehingga di gunakan rumus t test seprated varians. Nilai ttabel dapat di hitung dengan menggunakan  $dk=n-2$  ( $30-2= 28$ ) dengan derajat kesalahan 5 %, maka di peroleh nilai ttabel = 1,70113, karena nilai thitung lebih kecil dari ttabel ( $-2,76 < 1,70113$ ) maka jatuh pada daerah penerimaan  $H_0$  artinya  $H_0$  terima dan  $H_a$  di tolak. Hal tersebut menjawab dan membuktikan hipotesis Nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa Tidak Terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan pada Ilo peta Kota Bima dan Foodbox Kota Bima.

**Kata Kunci:** Kepuasan pelanggan; ilo peta; *foodbox*

## *Comparative analysis of customer satisfaction between ILO map and foodbox*

### Abstract

*The purpose of this research is to find out and analyze the extent of differences in the level of customer satisfaction in shopping at Ilo Peta and Foodbox Bima town. While the research sample is 30 respondents using accidental sampling technique, which is a sampling technique based on chance, anyone who accidentally meets a researcher can be used as a sample. This study uses a validity test and a reliability test, an independent T-test analysis technique (separated variance), an independent T-test (polled variance), and the analysis tool used in SPSS 22.0. The results showed that partially found there was no significant difference between customer satisfaction of Ilo Peta and Foodbox Bima town. In this research, it is known that  $n_1 = n_2$  so that the t-test formula separated variance is used. The table value can be calculated using  $dk = n-2$  ( $30-2 = 28$ ) with an error rate of 5%, then the table value = 1.70113 is obtained because the value of t is smaller than a table ( $-2.76 < 1, 70113$ ) then it falls on the reception area  $H_0$  means  $H_0$  is received and  $H_a$  is rejected. This answers and proves the null hypothesis ( $H_0$ ) which states that there is no significant difference between customer satisfaction on the Ilo Peta and Foodbox bima town.*

**Keywords:** Customer satisfaction; ilo peta; *foodbox*

## PENDAHULUAN

Persaingan yang ada dalam dunia bisnis mendorong perusahaan untuk menciptakan pemikiran baru mengenai cara mempertahankan dan mendapatkan pelanggan baru. Dengan kondisi yang semakin ketat antar perusahaan sejenis, setiap perusahaan harus mampu berlomba untuk memperluas pasarnya. Harapan perusahaan dari perluasan yang dilakukan secara langsung adalah untuk meningkatkan penjualan yang secara tidak langsung perusahaan akan lebih banyak memilih konsumen, Nurjanah (2018). Loyalitas pelanggan merupakan hal yang terpenting dalam kegiatan suatu usaha. Dengan adanya tingkat loyalitas konsumen yang tinggi maka konsumen akan melakukan pembelian secara terus menerus akan membawa dampak yang menguntungkan bagi perusahaan.

Salah satu persaingan yang saat ini terjadi khususnya di kota Bima yaitu persaingan antara Ilo Peta Kota Bima dan Foodbox Kota Bima, kedua usaha tersebut bergerak dibidang yang sama sehingga kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting bagi kedua usaha tersebut untuk bisa bertahan. Berdasarkan hasil pra survei yang peneliti lakukan, dimana peneliti menemukan beberapa fakta yaitu, 1) Ilo Peta Kota Bima lebih dulu berdiri dibanding pesaingnya Foodbox Kota Bima, Rekomendasi dari mulut ke mulut (*Cara Promosi*) yang berbeda turut mempengaruhi tingkat Kepuasan konsumen antara kedua usaha tersebut. 2) Sementara Foodbox lebih intens melakukan inovasi serta promosi di media social atau melalui event-event berkelas dengan mendatangkan artis ibu kota, sehingga, dianggap sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dalam persaingan usaha. 3) meskipun demikian, banyaknya konsumen Ilo Peta Kota Bima tidak kalah banyak dengan Foodbox Kota Bima. 4) Disisi lain, Ilo Peta Kota Bima menerapkan konsep klasik atau tradisional yang mempunyai tempat tersendiri pada setiap hati konsumennya. Hanya saja Ilo Peta memiliki tempat yang tidak terlalu luas baik didalam ruangan maupun di area parkir sehingga memberikan kesan kurang nyaman bagi konsumen. 5) Sedangkan untuk Foodbox menggunakan interior yang didesain secara modern dan memiliki tempat yang luas serta strategis yang berada ditengah kota, hanya saja area parkir yang berada di foodbox terlalu sempit sehingga mengganggu aktivitas pengguna jalan raya dan menyebabkan kemacetan.

Berdasarkan fakta-fakta pra survei serta identifikasi yang peneliti jabarkan diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara Ilo Peta Kota Bima dengan *Foodbox* Kota Bima.

### Tinjauan pustaka

Pengertian kepuasan pelanggan Adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan, Kotler (2014). Definisi tersebut dapat dikatakan apabila produk tidak sesuai dengan harapan konsumen dan bila harapan terlalu rendah, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, Hatikarini (2016).

Indikator kepuasan pelanggan:

Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan;

Selalu membeli produk Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan;

Akan merekomendasikan kepada orang lain Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan; dan

Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

---



---

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian komparatif (perbandingan), dimana menurut Sugiyono (2012), penelitian komparatif adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan. Disini variabelnya masih sama dengan penelitian variable mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu, atau dalam waktu yang berbeda. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah konsumen dari Ilo Peta (X1) dan Foodbox (X2) Kota Bima.

Adapun instrument penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah kuesioner yang dibagikan pada sejumlah responden, dan seluruh variabel akan diukur menggunakan skala likert sebagai berikut:

Jawaban sangat setuju diberi bobot 5;

Jawaban setuju diberi bobot 4;

Jawaban netral diberi bobot 3;

Jawaban tidak setuju diberi bobot 2; dan

Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1.

Populasi dalam kegiatan ini adalah masyarakat Kota Bima yang pernah membeli pada Ilo Peta dan Foodbox.

Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan, maka sampel diambil secara accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden, Amirullah (2013).

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Data Kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan, Sugiyono (2012) misalnya dalam penelitian ini yaitu, data jawaban kuisisioner atas pertanyaan dari responden yang diangkakan.

Teknik pengumpulan data yang di gunakan yaitu (a) observasi (b) kuesioner (c) studi pustaka.

### Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator, Cara untuk melakukan uji validitas ini yakni dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor *Pearson Correlation* dengan r kritis, Sugiyono (2011), Nilai koefisien korelasi untuk masing-masing butir dibandingkan dengan nilai r kritis yang dalam hal ini ditentukan 0,30. Jika koefisien korelasi (r-hitung) lebih besar dari r kritis (0,30). dan bernilai positif, maka butir tersebut valid, begitupun sebaliknya, Sugiyono (2011).

### Uji reliabilitas

Ukuran dikatakan reliable jika ukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten. Reliabilitas diukur dengan menggunakan metode cronbach alpa Akdon; Riduwan (2008), Instrumen dapat dikatakan andal (*Reliable*) apabila memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) sebesar 0,6 atau lebih, bila alpha lebih kecil dari 0,6 makadinyatakan tidak reliable, Sugiyono, (2010).

### Teknik analisa data

Untuk mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan pada ilopeta kota bima dengan foodfox kota di gunakan teknik analisis sebagai berikut:

T-test independent (seprated varians)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

T-test independent (polled varians)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1) S_1^2 + (n_2 - 1) S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} + \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

---



---

Keterangan :

- t = nilai t yang di hitung  
 $X_1$  = variable bebas IloPeta  
 $X_2$  = variable bebas Foodbox  
 $S_1$  = simpangan baku sampel Variable  $X_1$   
 $S_2$  = simpangan baku sampel Variable  $X_2$   
 $n_1$  = jumlah anggota sampel Variable  $X_1$   
 $n_2$  = simpangan baku sampel variable  $X_2$

Untuk membuktikan homogeny dan tidaknya varian, maka terlebih dahulu di cari varians masing-masing ( $S_2$ ).

$$S_i = \sqrt{\frac{n_1 \sum x_1^2 - (\sum n_1^2)}{n - 1}}$$

Keterangan:

- $S_1^2$  = Varians  
 $S_i$  = Standar Devisiasi  
 $n_i$  = jumlah sampel  
 $\sum x_i$  = jumlah variable X  
 $(\sum x_i)^2$  = jumlah kuadrat variable X

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji validitas

Dari hasil pengujian Uji Validitas yang di lakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 22.0 maka dapat di nyatakan bahwa variabel *Kepuasan Pelanggan Pada Ilo Peta* ( $X_1$ ) pada keseluruhan instrumen yang di gunakan di nyatakan Valid. Karena  $> 0.30$ .

Dari hasil pengujian uji validitas yang di lakukan dengan menggunakan Program SPSS versi 22.0 maka dapat di nyatakan bahwa variabel *Kepuasan Konsumen Pada Foodbox* ( $X_2$ ) pada keseluruhan instrumen yang di gunakan di nyatakan Valid. Karena  $> 0.30$ .

### Uji reliabilitas

Pengukuran reliabilitas yang digunakan dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS versi 22 uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu Konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$ .

Tabel 1. *Reliability statistics*

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of items</i>
.777	8

Dari tabel di atas *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) adalah 0,777, maka variable *Kepuasan Pelanggan pada Ilo Peta* ( $X_1$ ) dengan indikator perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain dan terpenuhinya harapan setelah membeli produk, dapat dikatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60 ( $0,777 > 0,60$ ).

Sementara hasil Uji Reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 untuk instrumen yang digunakan mengenai kepuasan pelanggan pada *Foodbox* ( $X_2$ ).

Tabel 2. *Reliability statistics*

<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of items</i>
.796	8

Dari tabel di atas *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) adalah 0,796, maka variabel *kepuasan Pelanggan pada Foodbox* ( $X_2$ ) dengan indikator perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain dan terpenuhinya harapan setelah membeli produk, dapat dikatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,60 ( $0,796 > 0,60$ ).

### Teknik analisis data

Untuk mengetahui perbandingan kepuasan pelanggan pada Ilo Peta Kota Bima dengan Foodfox Kota Bima di gunakan teknik analisis dengan menggunakan SPSS 26.0, maka di peroleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Statistik deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. deviation
Ilo	30	18	38	28,13	4,200
Food	30	22	40	31,23	4,516
Valid n (listwise)	30				

Dari perhitungan nilai rata-rata di atas sehingga dapat di peroleh nilai varian (*Standard Deviation*) sebagai berikut:

Tabel 4. Group statistics

	X1	N	Mean	Std. deviation	Std. error mean
X	1	30	28,13	4,200	,767
	2	30	31,23	4,516	,824

Berdasarkan hasil perhitungan antara nilai rata-rata dan nilai varian di atas, maka dapat di kombinasikan kedalam rumus, dapat di lihat sebagai berikut:

Tabel 4. Independent sample test

		<i>Independent samples test</i>					
		t	df	Sig (2-tailed)	Mean difference	95% Confidence interval of the difference	
						Lower	Upper
X	<i>Equal variances assumed</i>	-2,753	58	,008	-3,100	-5,354	-846
	<i>Equal variances not assumed</i>	-2,753	57,697	,008	-3,100	-5,354	

Dalam penelitian ini di ketahui  $n_1 = n_2$  sehingga di gunakan rumus t test seprated varians. Nilai ttabel dapat di hitung dengan menggunakan  $dk = n - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ) dengan derajat kesalahan 5 %, maka di peroleh nilai ttabel = 1,70113, karena nilai thitung lebih kecil dari ttabel ( $-2,76 < 1,70113$ ) maka jatuh pada daerah penerimaan  $H_0$  artinya  $H_0$  terima dan  $H_a$  di tolak.

Hal tersebut menjawab dan membuktikan hipotesis Nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa Tidak Terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan pada Ilo Peta Kota Bima dan Foodbox Kota Bima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitiannya AHDA NURJANAH. 2018. Analisis perbandingan tingkat kepuasan pelanggan antara pelanggan listrik konvensional (pascabayar) dan pelanggan listrik pintar (prabayar) studi kasus di desa gegelang. Universitas Islam Negeri Mataram. Menyatakan bahwa tidak terdapat perbandingan kepuasan pelanggan listrik konvensional (pascabayar) dan pelanggan listrik pintar (prabayar). Dan berbanding terbalik dengan penelitiannya ANDIKA dan SHINTA. 2018. Analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara minimarket indomaret dengan alfamart di Kota Batam. Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis. Menyatakan bahwa secara parsial ditemukan perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan minimarket indomaret dan minimarket alfamart.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis maka dapat di tarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kepuasan pelanggan pada Ilo Peta Kota Bima dan Foodbox Kota Bima.

---

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah , 2013. Metodologi Penelitian Manajemen. Malang : bayumedia.
- Akdon dan Riduwan. (2008). Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika, Bandung : Alfabeta Fandy Tjiptono, 2008, Strategi Pemasaran. Yogyakarta, ANDI.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta, ANDI.
- Galla, Felisiana Bandong Dan Rr Rieka F. Hutami. 2017. Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Dan Listrik Pasca Bayar Di Pt Pln (Persero) Distribusi Jawa Barat Dan Banten Rayon Bandung Selatan. e-proceeding of management : vol.4, No. 1 April 2017, hal-229
- Heru Andika dan Shinta Wahyu Hati. 2018. Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kota Batam. Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis. Vol. 6 No. 2 Desember 2018, 119-134.
- Hatikarini Alinda .2016. Analisis perbandingan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman paket di pt. Pos indonesia (persero) dan jne kota semarang. Skripsi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sultan ageng tirtayasa.
- Herdian Armandhani Dan I Putu Gde Sukaatmadja. 2014. Analisis Perbandingan Brand Equity Produk Obat Anti Nyamuk Oles Merek Autan Dengan Merek Soffel Di Kota Denpasar. E Jurnal Manajemen 3 (1).
- Kotler dan Keller, (2014). Marketing Managemen Edisi 14, Global Edition. Pearson Prientice Hall.
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid Satu. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip and Garry Armstrong, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Mutia, Agustina Dan Lailatul Syafitri. 2017. Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan, Harga Jual Dan Kualitas Produk Belanja Online Dan Belanja Secara Langsung (Offline) Pada Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Repository uin sulthan thaha saifuddin.
- Nurjanah Ahda. 2018. Analisis Perbandingan Tingkat Kepuasan Pelanggan Antara Pelanggan Listrik Konvensional (Pascabayar) Dan Pelanggan Listrik Pintar (Prabayar) Study Kasus Di Desa Gegelang Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Negeri (Uin) Mataram.