

ANALISIS KETIDAKSAMAAN KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**(Studi pada Pelanggan Sablon Masterpiece dan Justice Sablonase di Kabupaten Blitar)****Aliffian Maulana Yagi, Siti Saroh, Karina Utami Anastuti**

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email : maulyagi123@gmail.com

ABSTRAK

Ruang lingkup penelitian ini adalah kajian mengenai analisis perbedaan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan sablon Masterpiece dan Justice Sablonase di Kabupaten Blitar). Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan antara sablon Masterpiece dan Justice Sablonase. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan sablon Masterpiece dan Justice Sablonase. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 partisipan, dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah Independent Sample T-test dengan program IBM SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata kualitas pelayanan sablon Masterpiece memiliki nilai rata-rata 25,23 dan Justice Sablonase memiliki rata-rata 24,83, serta kepuasan pelanggan Masterpiece memiliki rata-rata 26,13 dan Justice Sablonase sebesar 25,93. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di sablon Masterpiece maupun Justice Sablonase.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The scope of this research is a study on the analysis of differences in service quality and customer satisfaction (Study on Masterpiece and Justice Sablonase screen printing customers in Blitar Regency). This type of research is comparative research. The purpose of this study is to determine the differences in service quality and customer satisfaction between Masterpiece and Justice Garage screen printing. The measurement scale for this study uses a Likert scale. The population in this study were Masterpiece and Justice Sablonase screen printing customers. The sample size for this study was 30 participants, selected using a non-probability sampling technique using purposive sampling. The research method used was an Independent Sample T-test with the IBM SPSS 25 program. The results obtained show that the average for the quality of Masterpiece screen printing services has an average of 25.23 and Justice Sablonase has an average of 24.83, and Masterpiece customer satisfaction has 26.13 and Justice Sablonase has an average of 25.93. The results of the hypothesis prove that there is no significant difference between the quality of service and customer satisfaction of Masterpiece and Justice garage screen printing.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Persaingan industri kreatif di Indonesia semakin ketat sehingga pelaku usaha dituntut untuk kreatif agar mampu bertahan. Termuat 17 subsektor ekonomi kreatif, salah satunya adalah bisnis sablon kaos yang terus berkembang karena kaos merupakan produk fashion yang tidak lekang oleh waktu (www.investor.id). Bisnis sablon kaos menawarkan peluang besar karena kaos selalu memiliki pembeli tetap dan sablon menjadi faktor penting dalam menambah angka desain.

Dalam menghadapi persaingan, kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan. Menurut Tjiptono dalam Afrilliana (2020:47), kepuasan Konsumen merupakan rasa puas atau kecewa yang dialami individu setelah menilai perbandingan antara ekspektasi sebelum melakukan pembelian dengan hasil kinerja produk setelah pembelian dilakukan. Kepuasan konsumen memiliki arti krusial sebab berkaitan dengan loyalitas yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Diantara metode untuk meningkatkan rasa puas ialah dengan memberikan layanan yang optimal..

Kualitas pelayanan menjadi salah satu penentu utama keberhasilan bisnis. Menurut Mahmoedin (2010) dalam Desikasari (2018), kualitas pelayanan adalah aktivitas yang terjadi akibat interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau fasilitas yang disajikan perusahaan dalam memecahkan permasalahan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan perlu menyediakan pelayanan yang prima supaya konsumen merasakan kepuasan dan tetap setia.

Persaingan kualitas pelayanan juga terjadi pada usaha sablon kaos Masterpiece

dan Justice Sablonase di Kabupaten Blitar. Kedua usaha ini menawarkan berbagai fasilitas, seperti pelayanan online, website, dan konsultasi desain. Namun, berdasarkan observasi awal, masih termuat kendala terutama dalam pemberian layanan yang ditawarkan dengan tanggap, tepat, serta memberikan kepuasan. Kondisi ini mendorong perlunya dijalankan riset dengan judul “Analisis Ketidaksamaan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Sablon Masterpiece dan Justice Sablonase di Kabupaten Blitar)”.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:6) pemasaran merupakan aktivitas sosial serta administratif di mana individu maupun lembaga mendapatkan hal yang diperlukan dan diharapkan melalui proses pembentukan serta pertukaran manfaat dengan pihak lain.

Kualitas Pelayanan

Menurut lupiyoadi (2001:144) mutu layanan merupakan totalitas sifat serta karakter dari sebuah barang atau jasa dalam aspek kapabilitasnya guna mencukupi keperluan yang telah ditetapkan maupun yang bersifat tersembunyi. Menurut Olsen dan Wyckoff (Yamit, 2013:22) pengertian secara luas dari mutu layanan ialah proporsi antara ekspektasi konsumen dengan performa mutu pelayanan. Collier dalam Yamit (2013:22) mempunyai perspektif berbeda mengenai mutu layanan jasa tersebut, yakni lebih menitikberatkan pada aspek konsumen, pelayanan, mutu dan level atau derajat. Pelayanan terbagus pada pelanggan (excellent) dan level kualitas pelayanan adalah metode efektif yang

teratur supaya bisa mendapatkan ekspektasi konsumen (tolok ukur layanan luar dan pengeluaran) serta mekanisme kinerja metode pelayanan (patokan layanan dalam, tarif, dan laba).

Kepuasan Pelanggan

Dalam konteks ini, performa nyata dari suatu layanan (barang maupun jasa) setelah konsumen merasakan mutu pelayanan dibandingkan dengan harapan sebelum pelayanan guna menilai apakah kualitas layanannya tergolong baik atau kurang baik. Meskipun demikian, perumusan serta penerapan harapan konsumen masih banyak diperdebatkan, khususnya terkait sifat tolok ukur harapan yang spesifik, banyaknya standar yang diterapkan, serta asal-usul realita tersebut. Setiap konsumen kemungkinan mempunyai sejumlah harapan sebelum menerima pelayanan yang beragam. Selain itu, pelanggan yang berlainan juga menerapkan jenis realita yang berlainan sesuai dengan kondisi yang tidak sama. Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan merupakan rasa gembira atau kecewa yang muncul pada individu akibat menganalogikan persepsi terhadap performa produk (atau hasil) dengan harapan mereka. Bila kinerja tidak mampu mencukupi realita, maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan. Jika kinerja sesuai dengan realita, konsumen akan puas. Selain itu, jika performa melampaui kenyataan, maka pelanggan akan merasa amat puas atau bahagia.

Menurut Lupiyoadi (2001:158) Kepuasan adalah taraf emosi di mana individu mengungkapkan hasil perbandingan antara performa barang/jasa yang diperoleh dengan yang diinginkan. (kotler,1997). Pada masa globalisasi ini, perusahaan senantiasa memahami betapa vitalnya unsur konsumen. Selanjutnya Stifani (2002:51) mengemukakan bahwa kepuasan terbagi menjadi dua jenis, yakni: Kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis merupakan dua bentuk kepuasan yang dirasakan konsumen. Kepuasan

fungsional diperoleh dari manfaat atau kegunaan yang diberikan oleh suatu produk sesuai dengan fungsi utamanya, sedangkan kepuasan psikologis muncul dari perasaan atau pengalaman emosional yang dirasakan konsumen setelah menggunakan produk tersebut melalui karakteristik yang memiliki sifat nonfisik dari suatu barang.

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

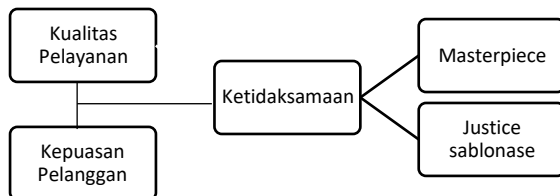
Kualitas pelayanan selalu mempunyai hubungan erat dengan kepuasan pelanggan, karena kualitas pelayanan adalah tolak ukur mengapa pelanggan puas. Terjadinya kepuasan pelanggan apabila harapan pelanggan atas suatu barang dan jasa sesuai dengan kenyataan yang telah diterima. Untuk mengimbangi harapan pelanggan, perusahaan melakukan upaya pemenuhan kebutuhan, keinginan, serta ketepatan penyampaian dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Semua orang yang membeli dan mengonsumsi jasa akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam merasakan manfaat dari jasa yang ditawarkan. Tjiptono (2012:125), menyatakan dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan pelanggan yang diukur dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi konsumen mengenai pelayanan perusahaan baik atau buruknya tergantung dengan kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka pelanggan

akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan menimbulkan dampak negatif lainnya pada perusahaan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODELOGI PENELITIAN

Pendekatan riset ini memakai metode kuantitatif dengan tipe studi perbandingan guna menilai ketidaksamaan mutu layanan serta tingkat kepuasan konsumen. pada dua kelompok konsumen, yaitu pengguna Sablon Masterpiece dan Justice Sablonase di Kecamatan Garum Kabupaten Blitar. Informasi riset mencakup data pokok yang dikumpulkan melalui angket dengan skala Likert serta data tambahan. dari dokumen perusahaan dan literatur pendukung. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen kedua usaha sablon, sedangkan sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen yang sudah memakai jasa keduanya. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 30 partisipan berdasarkan perhitungan jumlah item pertanyaan. Teknik pengumpulan informasi dilaksanakan melalui angket menggunakan Google Form, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan pengujian normalitas, uji keseragaman, serta uji t (t-test) guna menemukan ketidaksamaan yang signifikan antara kedua kelompok partisipan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini memiliki sampel dengan jumlah (n)= 30 partisipan dengan *alpha* 0,05 atau 5%. Dan r tabel dapat di peroleh dari $df=n-2$. maka dapat dijabarkan $df= 30-2 =28$, maka hasil hitung r tabel adalah 0,361. Jadi apabila angka r hitung > 0,361 bisa dinyatakan valid.

Tabel 1 Uji Validitas Masterpiece

Variabel	Item	r Tabel	r hitung	Keterangan
X1	X1.1	0,361	0,382	Logis
	X1.2	0,361	0,382	Logis
	X1.3	0,361	0,550	Logis
	X1.4	0,361	0,555	Logis
	X1.5	0,361	0,500	Logis
	X1.6	0,361	0,486	Logis
X2	X2.1	0,361	0,727	Logis
	X2.2	0,361	0,487	Logis
	X2.3	0,361	0,725	Logis
	X2.4	0,361	0,603	Logis
	X2.5	0,361	0,646	Logis
	X2.6	0,361	0,732	Logis

Sumber :spss,2025

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki R Hitung > R Tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variaabel Masterpiece Valid.

Tabel 2 Uji Validitas Justice sablonase

Variabel	Item	r Tabel	r hitung	Keterangan
X1	X1.1	0,361	0,419	Logis
	X1.2	0,361	0,358	Logis
	X1.3	0,361	0,482	Logis
	X1.4	0,361	0,698	Logis
	X1.5	0,361	0,720	Logis
	X1.6	0,361	0,510	Logis
X2	X2.1	0,361	0,621	Logis
	X2.2	0,361	0,618	Logis
	X2.3	0,361	0,780	Logis
	X2.4	0,361	0,737	Logis
	X2.5	0,361	0,724	Logis
	X2.6	0,361	0,733	Logis

Sumber : spss,2025

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki R Hitung > R Tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel Justice Sablonase Valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Jenis sablon	N of items	Koefisien Alpha	Keterangan
1	Masterpiece	12 item	0,687	Reliabel
2	Justice sablonase	12 item	0,756	Reliabel

Sumber : SPSS,2025

Berdasarkan tabel 3 diatas dalam uji reliabilitas pada Sablon Masterpiece dan Justice sablonase diatas dapat dilihat bahwasanya termuat 12 butir ungkapan pada instrumen pengukuran di percetakan Masterpiece dilakukan pengujian reliabilitas memperoleh angka Cronbach alpha sejumlah 0,687 yang menunjukkan tingkat keandalan karena angka Cronbach alpha = $0,687 > 0,60$. Demikian pula pada percetakan Justice yang memiliki 12 butir ungkapan dengan angka Cronbach alpha sejumlah 0,756 dan nilainya $> 0,60$, sehingga dapat diringkas bahwa instrumen tersebut reliabel.

B. Analisis Statistik Data

Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Variabel X1 dan X2

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Masterpiece x1	.162	30	.044	.936	30	.071
Masterpiece x2	.151	30	.080	.934	30	.064
Justice sablonase x1	.102	30	.200*	.978	30	.775
Justice sablonase x2	.103	30	.200*	.967	30	.465

Sumber : Spss, 2025

Riset ini memakai uji normalitas *Shapiro-Wilk* dengan jumlah sampel 30 partisipan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pada Sablon Masterpiece variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki angka Asymp. Sig sejumlah 0,071 dan variabel kepuasan pelanggan (X2) sejumlah 0,064, keduanya lebih tinggi dari 0,05 sehingga data berdistribusi normal. Sementara pada Sablon Justice Sablonase, variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki angka Asymp. Sig sejumlah 0,775 dan variabel kepuasan pelanggan (X2) sejumlah 0,465, keduanya juga lebih tinggi dari 0,05 sehingga dapat diringkas bahwa data tersebar normal.

Uji Homogenitas

Tabel 5 Hasil Uji Homogenitas Kualitas Pelayanan

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
KUALITAS PELAYANAN	Based on Mean	.483	1	58	.490
	Based on Median	.551	1	58	.461
	Based on Median and with adjusted df	.551	1	56.351	.461
	Based on trimmed mean	.469	1	58	.496

Sumber : Spss,2025

Berdasarkan uji yang sudah dilakukan uji homogenitas pada kualitas pelayanan angka sig didapatkan sejumlah 0,490 yang mana lebih tinggi dibanding dengan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data kualitas pelayanan homogen.

Tabel 6 Hasil Uji Homogenitas Kepuasan Pelanggan

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.

KEPUASAN PELANGGAN	Based on Mean	.407	1	58	.526
	Based on Median	.140	1	58	.710
	Based on Median and with adjusted df	.140	1	51.612	.710
	Based on trimmed mean	.400	1	58	.529

Sumber : Spss, 2025

Berdasarkan uji yang sudah dilakukan uji homogenitas pada kepuasan pelanggan angka sig didapatkan sejumlah 0,526 yang mana lebih tinggi dibanding dengan 0,05 maka dapat dibilang bahwa data kepuasan pelanggan tunggal.

C. Hasil Uji Hipotesis

Ketidaksamaan kualitas pelayanan

Tabel 7 Group Statistik Kualitas Pelayanan

Group Statistics					
	Sablon	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
KUALITAS PELAYANA N	Masterpiece	30	25.23	1.501	.274
	Justice sablonase	30	24.83	1.783	.325

Sumber : SPSS,2025

Pada tabel di atas terlihat bahwa kualitas pelayanan Masterpiece memiliki rata-rata sejumlah 25,23. sedangkan kualitas pelayanan Justice sablonase memperoleh rata-rata sejumlah 24,83. Dari haril tersebut dapat diambil kesimpulan jika termuat ketidaksamaan rata-rata antara sablon Masterpiece dan sablon Jastice Garage.

Tabel 8 Independen Sampel T-test Kualitas Pelayanan

		Leven's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
				F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
									Std. Error Difference
Kualitas Pelayanan	Equal variances assumed	.483	.490	.940	.351	.400	.426	-.452	1.252
	Equal variances not assumed			.940	.351	.400	.426	-.452	1.252

Sumber : SPSS,2025

Dari tabel diatas didapati bahwa angka sig. (2-tailed) sejumlah 0,351 yang mana lebih tinggi dari 0,05 maka dapat diartikan pada kualitas pelayanan tidak termuat ketidaksamaan yang signifikan antara sablon Masterpiece dan Justice sablonase. Sehingga dapat diringkas bahwa dugaan pertama untuk kualitas pelayanan Ho diterima dan Ha ditolak.

Ketidaksamaan kepuasan pelanggan

Tabel 9 Group Statistik Kepuasan Pelanggan

Group Statistics					
	Sablon	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean

KEPUASAN PELANGGAN	Masterpiece	30	26.13	2.374	.433
	Justice sablonase	30	25.93	2.586	.472

Sumber : SPSS,2025

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan Masterpiece memiliki rata-rata sejumlah 26,13. sedangkan kepuasan pelanggan Justice sablonase memperoleh rata-rata sejumlah 25,93. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan jika termuat ketidaksamaan rata-rata antara sablon Masterpiece dan sablon Justice Garage.

Tabel 10 Independen Sampel T-test
Kepuasan Pelanggan

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									lower	upper
Kepuasan Pelanggan	Equal variances assumed	.407	.526	.312	58	.756	-.200	.641	-1.083	1.483
	Equal variances not assumed			.312	57.583	.756	-.200	.641	-1.083	1.483

Sumber : SPSS,2025

Dari tabel diatas didapati bahwa angka sig. (2-tailed) sejumlah 0,756 yang mana lebih tinggi dari 0,05 maka dapat diartikan pada kepuasan pelanggan tidak termuat ketidaksamaan yang signifikan antara sablon Masterpiece dan Justice sablonase. Sehingga dapat diringkas bahwa hipotesis pertama untuk kepuasan pelanggan H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pembahasan

Ketidaksamaan Kualitas Pelayanan Sablon Masterpiece dan Sablon Justice Sablonase

Berdasarkan data yang didapat dengan menyebarkan kuesioner pada 30 partisipan perolehan riset Uji t menunjukkan bahwa termuat ketidaksamaan yang tidak signifikan pada kualitas pelayanan antara sablon Masterpiece dan Sablon Justice Garage berikut adalah pemaparan lengkap dari ketidaksamaan kualitas pelayanan sablon Masterpiece dan sablon Justice Sablonase di Kabupaten Blitar.

Hasil penelitian mendapati temuan bahwa termuat ketidaksamaan antara kualitas pelayanan pada sablon Masterpiece dan sablon Justice Sablonase dimana rata-rata angka kualitas pelayanan masterpiece sejumlah 25,23, sedangkan kualitas pelayanan Justice sablonase memperoleh rata-rata sejumlah 24,83 akan tetapi ketidaksamaan kualitas pelayanan dari keduanya tidak ada ketidaksamaan yang berarti serta memiliki mutu layanan yang seimbang, Mutu Pelayanan dari aspek Sarana Fisik seperti kondisi susunan peralatan dikantor yang tersusun rapi dan sudah ditempatkan output desain yang jelas. Dari segi keandalan (reliability) Masterpiece dan Justice sablonase contohnya mengerjakan pesanan dengan tepat waktu dan memberikan respon keluhan pelanggan dengan cepat. Dari segi jaminan (assurance) Masterpiece dan Justice sablonase contohnya memperbaiki jika ada kesalahan yang tidak disengaja. Hasil temuan ini dapat di buktikan dari uji hipotesis independent T tes dengan angka sig. (2-tailed) sejumlah 0,351 yang mana lebih tinggi dari 0,05 maka dapat diartikan pada kualitas pelayanan tidak termuat ketidaksamaan yang signifikan.

Hal ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Onibala, Moniharapon, Raitung (2020) dengan judul "Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online Go-Jek dan Grab-Bike". Hasil

dari penelitian ini menunjukkan tidak ada ketidaksamaan yang signifikan antara Go-Jek dan Grab-Bike.

Ketidaksamaan Kepuasan Pelanggan Sablon *Masterpiece* dan Sablon *Justice Sablonase*

Berdasarkan data yang didapat dengan menyebarkan kuesioner pada 30 partisipan perolehan riset Uji t menunjukkan bahwa termuat ketidaksamaan yang tidak signifikan kepuasan pelanggan antara sablon *Masterpiece* dan sablon *Justice Garage* berikut adalah uraian selengkapnya dari ketidaksamaan kepuasan pelanggan pada sablon *Masterpiece* dan sablon *Justice sablonase* di Kabupaten Blitar.

Kemudian untuk kepuasan pelanggan ditemukan ketidaksamaan antara sablon *Masterpiece* dan sablon *Justice sablonase* dimana didapati ketidaksamaan yang tidak signifikan, *Masterpiece* mendapatkan rata-rata yang lebih tinggi sejumlah 26,13 dibandingkan *Justice sablonase* dengan rata-rata 25,93, Kepuasan konsumen bisa diamati dari tingkah konsumen sesudah memakai sablon *Masterpiece* dan *Justice sablonase* misalnya seperti konsumen tersebut memakai berulang jasa sablon *Masterpiece* dan *Justice* Pada kesempatan lain, konsumen tersebut merekomendasikan produk tersebut kepada teman atau kerabatnya untuk digunakan jasa sablon *Masterpiece* dan *Justice*, Selain itu, tingkat kepuasan konsumen dapat dinilai dari mutu pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa. Sablon *Masterpiece* dan *Justice sablonase*. Dapat dibuktikan oleh hasil uji T tes dengan angka sig. (2-tailed) sejumlah 0,756 yang mana lebih tinggi dari 0,05 maka dapat diartikan pada kepuasan pelanggan tidak termuat ketidaksamaan yang signifikan antara sablon *Masterpiece* dan *Justice sablonase*.

Pernyataan ini didukung oleh riset terdahulu yang dilaksanakan oleh Pratama, Purnama (2020) dengan judul “Analisis

Perbandingan Kepuasan Pelanggan antara Ilo Peta dengan Foodbox” dimana hasil dari riset ini menunjukkan bahwa secara terpisah ditemukan bahwa tidak ada ketidaksamaan yang bermakna antara tingkat kepuasan konsumen Ilo Peta dan Foodbox di kota Bima.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan temuan studi serta ulasan yang telah dilaksanakan terkait dengan ketidaksamaan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada sablon *Masterpiece* dan sablon *Justice sablonase*, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan hal tersebut maka pengkaji menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (X1) H_0 diterima dan H_a ditolak ini ditunjukkan pada pengujian independen sampel T test yang mana hasil dari angka sig. (2-tailed) sejumlah 0,351 yang mana lebih tinggi dari 0,05. Artinya pada variabel kualitas pelayanan (X1) termuat ketidaksamaan yang tidak signifikan antara kualitas pelayanan pada sablon *Masterpiece* dan sablon *Justice sablonase* di Kabupaten Blitar.
2. Kepuasan pelanggan (X2) H_0 diterima dan H_a ditolak ini ditunjukkan pada pengujian independen sampel T test yang mana hasil dari angka sig. (2-tailed) sejumlah 0,756 yang mana lebih tinggi dari 0,05. Artinya pada variabel kepuasan pelanggan (X2) termuat ketidaksamaan yang tidak signifikan antara kepuasan pelanggan pada sablon *Masterpiece* dan sablon *Justice sablonase* di Kabupaten Blitar.

Saran

Mengacu pada simpulan tersebut, maka rekomendasi yang dapat pengkaji sampaikan ialah antara lain:

1. Bagi perusahaan
 - a. Bagi mutu layanan yang sudah diterapkan oleh sablon Masterpiece dan sablon Justice sablonase Temuan studi mengindikasikan bahwa tidak termuat ketidaksamaan signifikan dalam kualitas pelayanan antara Sablon Masterpiece dan Sablon Justice sablonase. Oleh sebab itu, kedua perusahaan direkomendasikan untuk terus mempertahankan standar kualitas pelayanan yang telah diterapkan, karena situasi ini menjadi diantara faktor penilaian yang krusial bagi konsumen.
 - b. Meskipun tidak ada ketidaksamaan signifikan, perusahaan dapat terus meningkatkan disektor area kecil untuk peningkatan guna membedakan diri dan meningkatkan kepuasan pelanggan lebih lanjut. Misalnya, dengan lebih memperhatikan detail dalam penataan fasilitas yang lebih rapi atau kecepatan respons dalam menangani keluhan pelanggan.
2. Bagi Pengkaji Berikutnya
 Pengkaji diharapkan dapat melanjutkan dan menyempurnakan riset ini dengan tema penelitian yang serupa dengan variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi pilihan pelanggan, seperti strategi promosi, harga, atau inovasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55.
- Andika, H., & Hati, S. W. (2018). Analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara minimarket indomaret dengan alfamart di kota batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 119-134.
- Anoraga, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Cetakan ketiga juli. Jakarta; diterbit PT. Rineka Cipta
- Desikasari. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makyung Martabak & Cafe Medan. *Skripsi Publikasi*, 56.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan Pelanggan*. Nitomo Press.
- Kussoy, Y. H., Lumanaw, B., & Raintung, M. C. (2021). Analisis Perbandingan Strategi Promosi, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Kartu Telkomsel Dan Tri Di Kecamatan Motoling Timur. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2018). *Principles of Marketing*. Edisi 15
- Kotler dan Gary Amstrong. (2019). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Managemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Salemba Empat.
- Onibala, J., Moniharapon, S., & Raintung, M. C. (2020). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Jasa Ojek Online Go-Jek dan Grab-Bike (Study Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Pratama, A. N., & Purnama, I. (2020). Analisis perbandingan kepuasan pelanggan antara ilo peta dengan

- foodbox. AKUNTABEL, 17(2), 247-252.
- Rizqiawan, H., & Prihantono, D. (2020). Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan pada Modern Retail Minimarket dengan Toko Kelontong di Kota Surabaya. *Jurnal Manejerial Bisnis*, 3(3).
- Sahabat, E. E., Mananeke, L., & Mac Donald, B. W. (2021). Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Aryaduta Manado dan Hotel Sintesa Peninsula Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(4), 1324-1332.
- Stifani, F. 2002. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Proneis*. 3 (9) : 1-11.
- Sudaryana, Bambang. (2018). Metode Penelitian Teori dan Praktek Kuantitatif dan Kualitatif. Cetakan 1. CV BUDI UTAMA. Yogyakarta.
- Sudaryana, Bambang. (2018). Metode Penelitian Teori dan Praktek Kuantitatif dan Kualitatif. Cetakan 1. CV BUDI UTAMA. Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2013. Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta : EKONISIA