

PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KARAKTERISTIK PENGGUNA JASA PERAWATAN SEPATU

Mohamad Refikasa Khaf Putra Gianmah

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, mohamad.17010664078@mhs.unesa.ac.id

Olievia Prabandini Mulyana

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, olieviaprabandini@unesa.ac.id

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang penting bagi penyedia jasa, salah satunya adalah penyedia jasa perawatan sepatu. Sehingga guna peningkatan pelayanan pada jasa perawatan sepatu, maka diperlukan riset untuk memberikan layanan yang tepat berdasarkan karakteristik penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat dan pembentuk kepuasan pelanggan perawatan sepatu Kusam.sc ditinjau berdasarkan kelompok jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan di masa pandemi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif komparatif. Penelitian ini merupakan penelitian populasi dengan jumlah sebanyak 234 pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah skala kepuasan pelanggan berjenjang skala *likert* yang mengacu pada aspek kepuasan pelanggan milik Kotler & Keller. Analisis data yang digunakan adalah uji anova empat jalur dengan bantuan software SPSS 25.0 *for windows*. Hasil uji analisis varian 4 arah menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan ditinjau dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan, Pendapatan.

Abstract

Customer satisfaction is an important thing for service providers, one of which is shoe care service providers. So to improve services on shoe stature services, research is needed to provide the right service based on the characteristics of its users. This study aims to determine the differences in levels and shapers of customer satisfaction of shoe care Kusam.sc reviewed based on gender, age, occupation, and income groups during the pandemic. The research uses comparative quantitative methods. This research is a population study with a total of 234 customers. The data collection technique used is a Likert scale of customer satisfaction that refers to the customer satisfaction aspect of Kotler & Keller. The data analysis used is a four-track ANOVA test with the help of SPSS 25.0 for windows software. The results of a 4-way variant analysis test showed that there were differences in customer satisfaction reviewed from gender, age, occupation, and income.

Keywords: Customer Satisfaction, Age, Gender, Occupation, Income.

PENDAHULUAN

Tahun 2020 merupakan tahun yang bisa dibilang penuh dengan perjuangan dan adaptasi dengan berbagai hal yang baru. Seperti yang kita ketahui mengenai masalah pandemi virus covid-19 yang mengguncang dunia, Indonesia menjadi salah satu negara yang terdampak dan terus mengalami peningkatan jumlah pasien positif virus tersebut hingga kini. Berbagai macam penyelesaian dan pencegahan pandemi ini dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat mulai dari menerapkan protokol kesehatan, pengembangan vaksin, hingga dilakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di masing-masing daerah seluruh Indonesia. Berbagai macam tanggapan masyarakat mengenai PSBB ini mulai dari yang mengikutinya dengan patuh hingga ada yang menentang karena menyebabkan menurunnya kondisi ekonomi yang dimilikinya. Itulah salah satu dampak yang dirasakan oleh masyarakat menengah kebawah yang rata-rata memiliki

mata pencaharian sebagai seorang karyawan di sebuah perusahaan yang terpaksa harus dirumahkan atau bahkan diberhentikan karena perusahaannya harus menaati aturan mengenai maksimal 25% kapasitas yang hanya bisa dipenuhi di perusahaan, namun pihak perusahaan juga tetap diwajibkan membayar gaji dan upah karyawannya meski pendapatan perusahaan yang mengalami penurunan. Seperti yang dilaporkan oleh Rahmah (2021) pada laman liputan6 bahwa kapasitas pekerja yang diperbolehkan masuk kerja dan bekerja dikantor hanya sebesar 25%. Oleh karena hal inilah mengapa banyak sekali karyawan yang terpaksa harus dirumahkan dan mendapat kesepakatan seperti hanya digaji jika masuk kerja, hanya mendapat separuh upah karena tidak bekerja seperti biasanya, dan yang paling parah harus diberhentikan dari perusahaan.

Berawal dari pemberhentian kerja serta status dirumahkan itulah masyarakat mulai memutar otak dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka, dan salah satunya

ialah dengan mulai berwirausaha baik dalam sektor pangan, industri dan pakaian, serta jasa dan pelayanan. Salah satunya yang ikut ramai dan mulai marak bermunculan kembali ialah jasa penyedia cuci dan perawatan sepatu. Setelah jenis usaha ini yang membludak di tahun 2018 hingga 2019, usaha ini masih bisa menjadi pilihan dalam memulai wirausaha karena hanya membutuhkan modal yang relatif sedikit mengingat kondisi ekonomi masyarakat menengah kebawah yang menurun akibat pandemi. Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Permatasari (2020) pada laman Kompas.tv bahwa salah seorang penyedia jasa penyelenggara acara atau yang lebih dikenal dengan sebutan *event organizer* banting setir membuka usaha jasa cuci dan perawatan sepatu hanya dengan bermodal 120.000 rupiah saja, namun mampu meraup untung yang cukup besar meski dalam kondisi pandemic. Hal ini ia lakukan akibat dari banyaknya acara yang harus ditunda, terhenti ataupun dibatalkan karena adanya pandemi. Selaras dengan berita tersebut seperti yang dilaporkan oleh Suarna (2020) pada laman jawapos.com yakni salah seorang mantan pegawai hotel yang terpaksa diberhentikan kerja oleh pihak hotel merintis usaha penyedia jasa cuci dan perawatan sepatu demi terus menyambung ekonomi. Mengingat jenis usaha ini yang tergolong mudah dan murah dalam mengawalinya di daerah sekitar penulis sendiri sudah banyak berdiri usaha serupa, namun ketika masa PSBB sendiri berdasarkan informasi yang didapatkan dari beberapa penyedia jasa cuci dan perawatan sepatu selingkup penulis mereka sempat mengalami penurunan pengguna jasa sesaat, namun kembali melonjak hingga pada saat ini. Peningkatan pengguna jasa perawatan sepatu tidak terjadi secara menyeluruh, dan yang paling mengalami peningkatan paling banyak adalah jasa perawatan sepatu kusam.sc. Peningkatan tersebut didasari oleh rasa puas pelanggan terhadap baik itu pelayanan maupun harga yang akhirnya membuat para pelanggan merasa puas dan kembali menggunakan jasa perawatan sepatu kusam.sc. Hal ini lah yang kemudian dapat mengindikasikan bahwa para konsumen pengguna jasa merasakan kepuasan dalam menggunakan jasa cuci dan perawatan sepatu itu sendiri.

Kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2012) ialah suatu perasaan senang atau kecewa dari seorang individu yang muncul akibat dari membandingkan hasil atau kinerja suatu produk atau layanan jasa dengan kinerja atau hasil yang diharapkan atau dipersepsikan oleh individu itu sendiri. Kemudian menurut Tjiptono & Chandra (2011) kepuasan konsumen ialah situasi yang diungkapkan oleh konsumen saat mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sejalan dengan yang ia harapkan dan juga terpenuhi dengan baik. Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari

konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi (Solomon, 2017).

Berdasarkan beberapa pendapat tokoh diatas maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan positif atau senang yang muncul dari individu konsumen ketika apa yang mereka harapkan sejalan dengan apa yang mereka dapatkan. Adapun tiga aspek yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2012) mengenai kepuasan pelanggan yakni : 1) Loyal terhadap produk; 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, ; dan 3). Penyedia jasa menjadi pertimbangan utama ketika hendak menggunakan jasa serupa. Kotler & Keller (2012) juga menjelaskan mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, mulai dari : 1) Faktor kualitas produk; 2) Kualitas pelayanan yang diberikan; 3) Faktor emosional; 4) Faktor harga; dan terakhir yakni 5) Faktor biaya. Kotler & Keller (2012) juga menyebutkan ciri-ciri kepuasan pelanggan yakni 1) Pembelian ulang; 2) Menciptakan komunikasi dari mulut ke mulut; 3) Menciptakan citra merek; dan 4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama

Rasa puas yang ditunjukkan oleh pelanggan juga berbeda-beda tergantung dari karakteristik pelanggan sendiri (Chandra & Jatra, 2014). Karakteristik meliputi beberapa hal, yakni kepribadian, usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, serta pekerjaan. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan penulis pada penyedia jasa perawatan sepatu Kusam.sc, pada masa pandemi pengguna jasa mereka justru semakin meningkat dan berasal dari berbagai macam individu, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga orang dewasa yang sudah memiliki pekerjaan tetap entah itu pegawai negeri sipil (PNS), pegawai swasta, maupun wirausaha. Meski banyak sektor usaha yang mengalami penurunan pendapatan bahkan hingga rawan terjadi gulung tikar, tetapi Kusam.sc mampu tetap bertahan di tengah polemik pandemi yang ada, bahkan mampu mendapat kenaikan jumlah pelanggan.

Berdasar studi pendahuluan melalui wawancara kepada pelanggan Kusam.sc yang notabene berasal dari beragam golongan, terdapat beberapa alasan yang berbeda yang diungkapkan oleh pelanggan, mulai dari kualitas pelayanan yang diberikan, harga, serta penerapan protokol kesehatan hingga berbagai keuntungan lain yang tidak disediakan oleh penyedia jasa serupa. Berbagai macam alasan pengguna jasa perawatan sepatu tersebut pun beragam mulai dari harga yang murah, kondisi sepatu yang awet bersihnya, namun yang paling menonjol ialah pemberian anti bakteri secara gratis serta sistem antar jemput yang secara gratis juga. Adapun karakteristik yang dapat diteliti dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan tingkat pendapatan.

Damanik & Supriyadi (2019) menjelaskan bahwa jenis kelamin ialah pembeda antara laki-laki dan perempuan secara biologis yang dibawanya sejak lahir. Perbedaan dan kegunaan fungsi biologis tersebut tidak dapat ditukar serta fungsinya akan tetap melekat dengan jenis kelaminnya masing-masing. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jenis kelamin ialah sifat atau keadaan individu yang telah dibawanya sejak lahir dan tidak berubah seiring berjalannya waktu yang terbagi menjadi dua, yakni laki-laki dan perempuan. Perbedaan jenis kelamin juga mempengaruhi sifat akan penggunaan jasa yang mereka inginkan.

Chandra & Jatra (2014) menyatakan bahwa Kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat dengan usia. Usia adalah waktu sejak dilahirkan sampai dilaksanakannya penelitian yang dinyatakan dengan tahun. Santrock (2012) mengemukakan bahwa terdapat beberapa masa perkembangan yang dibagi menurut usia. Mulai dari 1. Masa anak-anak awal yakni 3-5 tahun. 2. Masa anak-anak akhir hingga akhir yakni 6 hingga 9 tahun. 3. Masa remaja yakni usia 10-20 tahun. 4. Masa dewasa awal yakni rentang usia 20an hingga 30an tahun. 5. Masa dewasa madya atau tengah, yakni usia 40an tahun hingga 50an tahun, dan yang terakhir 6. Masa dewasa akhir yang berada pada usia 60 tahun keatas. Melalui berbagai tahap perkembangan tersebut, manusia mendapat berbagai pelajaran terutama dalam bersosialisasi pada kehidupan bermasyarakat, salah satunya ialah kegiatan jual beli dalam mencukupi kebutuhan pribadi masing-masing. Individu akan membeli suatu barang atau menggunakan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya, tergantung kebutuhan dan selera mereka. Hal tersebut pun akan berubah-ubah pula seiring dengan bertambahnya usia.

Kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang erat dengan status pekerjaan. Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Status pekerjaan merupakan jenis kedudukan seorang individu dalam melaksanakan pekerjaan di suatu unit usaha/kegiatan. Menurut Badan Pusat Statistik melalui SAKERNAS, mulai tahun 2001 status pekerjaan dibedakan menjadi tujuh kategori yaitu: 1) Berusaha sendiri artinya tidak menggunakan pekerja yang perlu untuk dibayar.; 2) Berusaha dibantu buruh tidak tetap artinya menggunakan buruh/pekerja tidak tetap.; 3) Berusaha dibantu buruh tetap/buruh dibayar artinya mempekerjakan paling sedikit satu orang buruh/pekerja tetap yang dibayar.; 4) Buruh, karyawan/pegawai bebas artinya seseorang yang memiliki majikan tetap.; 5) Pekerja bebas di pertanian artinya seseorang yang bekerja pada orang lain, majikan atau institusi yang tetap di usaha pertanian seperti pertanian tanaman pangan, perkebunan, kehutanan, peternakan, perikanan dan perburuan, termasuk juga jasa pertanian.; 6) Pembayaran harian maupun borongan seperti usaha di

sektor pertambangan, industri, listrik, gas dan air.; 7) Pekerja tak dibayar artinya seseorang yang bekerja dengan membantu orang lain yang tidak mendapat upah/gaji seperti, anggota keluarga dan pelajar atau mahasiswa.

Hartini (2019) menjelaskan bahwa pendapatan merupakan hasil dari usaha yang diperoleh individu baik itu bekerja ataupun berdagang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Besarnya tingkat hidup tergantung dari pendapatan riil yang diterima seseorang. Perbedaan pendapatan riil yang ada pada setiap keluarga akan menentukan golongan sosial ekonomi mereka. Sejak dahulu hingga sekarang telah diakui bahwa terdapat tingkatan-tingkatan golongan sosial dan ekonomi dalam masyarakat yang berdasarkan pada tingkat pendapatan, kepemilikan sesuatu yang perlu dihargai baik yang berupa uang, benda-benda yang bernilai ekonomis, tanah, kekuasaan ataupun ilmu pengetahuan/tingkat pendidikan Ahmadi (2011). Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pendapatan adalah hasil kerja / usaha yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam seminggu dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Sehingga pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Menurut Aristoteles dalam golongan sosial ekonomi keluarga dan masyarakat suatu negara dibedakan menjadi tiga, yaitu: 1) Golongan sosial ekonomi tinggi; 2) Golongan sosial ekonomi menengah; 3) Golongan sosial ekonomi rendah. Berdasarkan golongan tersebut peneliti kemudian membagi tingkat pendapatan menjadi tiga tingkat, untuk golongan ekonomi rendah, yakni dengan pendapatan 0-2 juta rupiah, kemudian untuk golongan ekonomi menengah, yakni dengan pendapatan 2-4 juta rupiah, terakhir untuk golongan ekonomi tinggi, yakni dengan pendapatan >4 juta rupiah.

Seperti yang telah dibahas mengenai karakteristik pelanggan seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan para pengguna jasa perawatan sepatu Kusam.sc memiliki berbagai macam pelanggan dan kepuasan yang berbeda-beda pula. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan, salah satu alasan yang paling menonjol ialah kualitas pelayanan yang berupa pemberian anti *bacterial* secara gratis serta layanan antar jemput sesuai protokol kesehatan yang tidak disediakan oleh penyedia jasa sejenis. Hal inilah yang merujuk kepada beberapa ciri-ciri kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2012) yakni banyaknya pemakaian jasa kembali oleh pelanggan, terciptanya komunikasi dari mulut ke mulut antar pelanggan dengan lingkungan yang menimbulkan citra merek, dan menciptakan penggunaan jasa pada merek yang sama. Alasan ini secara garis besar

diungkapkan oleh seluruh pengguna jasa. Tentunya bukan hanya alasan tersebut saja, dan masih banyak yang lain dan yang pasti akan berbeda-beda sesuai karakteristik pengguna jasa yang ada. Hal ini lah yang membuat penulis hendak meneliti perbedaan kepuasan ditinjau dari karakteristik pengguna jasa yang telah dijabarkan diatas.

Berdasarkan seluruh pembahasan diatas maka penulis merasa bahwa penelitian ini penting dilakukan karena berkaca dari banyaknya penelitian yang telah membahas kepuasan pelanggan, mulai dari harga, promosi, teknik marketing, hingga kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini juga didukung oleh data-data pendukung lainnya, mulai dari studi pendahuluan berupa wawancara hingga survey yang dilakukan di perkumpulan cuci sepatu selingkup daerah Sidoarjo. Serta banyaknya wirausaha-wirausaha kecil menengah yang mulai bermunculan karena adanya pandemi yang menyebabkan pendirinya kehilangan pekerjaan utama mereka. Tujuan utama pastinya ingin membuktikan apakah terdapat perbedaan kepuasan pelanggan jika ditinjau dari karakteristik pengguna jasa mulai dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta pendapatan pengguna jasa perawatan sepatu Kusam.sc yang mengalami peningkatan dimasa pandemi. Hasil penelitian nanti diharapkan mampu memberikan masukan atau inspirasi kepada penyedia jasa lain maupun usaha-usaha kecil menengah lainnya. Didukung oleh Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Schirmer, Ringle, Gudergan, & Feistel (2018) yang berjudul *the link between customer satisfaction and loyalty: the moderating role of customer characteristics*, dengan tujuan yang hampir serupa, kemudian didukung pula oleh penelitian dari Nisa & Nio (2019) yang berjudul perbedaan loyalitas pelanggan pengguna jasa ojek *online* (go-jek) ditinjau dari jenis kelamin. Maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai perbedaan kepuasan pelanggan ditinjau dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

METODE

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian komparatif dimana menurut Sugiyono (2014) penelitian komparatif adalah penelitian yang bertujuan untuk membandingkan dua atau lebih fakta dan objek penelitian berdasarkan kerangka berpikir tertentu. Hal ini selaras dengan pendapat Nazir (2015) yang mendefinisikan penelitian komparatif sebagai sebuah penelitian yang berusaha menganalisis faktor yang memicu munculnya perbedaan dalam satu variabel dengan membandingkan dua kelompok atau lebih.

Menurut Azwar (2012) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada data-data numerikal yang diolah dengan metode statistika. Sugiyono (2014) menjelaskan bahwa metode kuantitatif adalah teknik

mengumpulkan data berupa angka dalam sebuah penelitian. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji suatu teori, menyajikan fakta dengan deskripsi statistik serta mengembangkan konsep yang sudah ada sebelumnya (Subana, 2015).

Penelitian ini dilakukan di Tempat penyedia jasa perawatan sepatu dengan merek Kusam.sc yakni di Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa perawatan sepatu Kusam.sc yang terdaftar pada buku pelanggan, dengan total populasi sebanyak 234 orang yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun 36 orang digunakan untuk kepentingan *try out*. Populasi menurut Sugiyono (2014) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang sesuai dengan minat peneliti.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, yakni sebuah rasa puas yang muncul akibat membandingkan harapan akan pelayanan yang diberikan pengguna jasa dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. variabel bebas dalam penelitian ini adalah karakteristik pelanggan yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Jenis kelamin disini adalah karakteristik individu yang terbagi menjadi laki-laki dan perempuan. Selanjutnya usia merupakan karakteristik individu yang terbagi berdasarkan masa perkembangan menurut Santrock (2012), yang meliputi masa remaja yakni usia 10-20 tahun, masa dewasa awal yakni usia 21-30 tahun, dan masa dewasa madya yakni usia 31-40 tahun. Pekerjaan dalam penelitian ini diartikan sebagai karakteristik individu yang terbagi menjadi pekerjaan tetap baik itu Pegawai negeri sipil maupun wiraswasta, pemilik usaha seperti wirausaha, dan terakhir pelajar atau mahasiswa. Karakteristik pendapatan dalam penelitian ini merupakan karakteristik individu yang terbagi menjadi golongan A (pendapatan diatas 4 juta), golongan B (pendapatan antara 2 hingga 4 juta), terakhir golongan C (pendapatan dibawah 2 juta).

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dimana akan disediakan item atau pernyataan *favourable* dan *unfavourable*. Menurut Sugiyono (2014), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu tentang sebuah fenomena. Pernyataan *favourable* merupakan pernyataan yang mengarah pada indikator positif yang mendukung variabel yang akan diukur. Sedangkan aitem *unfavourable* merupakan pernyataan yang mengarah pada indikator negatif yang tidak mendukung variabel yang akan diukur. Tugas subjek adalah mengisi seluruh aitem dengan cara memberikan *check list* (√) pada alternatif jawaban yang telah disediakan. Alternatif jawaban tersebut terdiri dari SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju),

STS (Sangat Tidak Setuju).

Uji Validitas dan Reliabilitas digunakan untuk memastikan alat ukur. Secara umum, validitas merupakan kecermatan dan ketepatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Menurut Sudjana (2014) validitas berkenaan dengan ketepatan alat penilaian terhadap konsep yang dinilai sehingga betul-betul menilai apa yang seharusnya dinilai. Adapun syarat suatu aitem dikatakan valid adalah apabila nilai daya beda aitem menunjukkan angka $\geq 0,3$. Hasil Uji daya beda yang dilakukan menggunakan bantuan *SPSS 25 for windows* untuk menguji skala kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat 6 aitem yang gugur dari total 36 aitem setelah dilakukan tryout dan 30 aitem yang memiliki daya beda aitem $\geq 0,3$, dengan nilai corrected item-total correlation yang berada pada rentang 0,317 sampai dengan 0,919.

Azwar (2015) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Suatu tes dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama bila diteskan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan rumus perhitungan koefisien reliabilitas dan *Alpha Cronbach* dengan bantuan *SPSS 25 for windows*. Reliabilitas nantinya akan dinyatakan dengan koefisien reliabilitas pada rentang 0-1,00. Semakin tinggi skor yang didapat, maka semakin tinggi tingkat kereliabelan alat ukur yang digunakan.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Alat Ukur	Nilai Reliabilitas (<i>Alpha Cronbach</i>)
Kepuasan Pelanggan	0,959

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas pada alat ukur kepuasan pelanggan sebesar 0,959. Berikut adalah tabel kategorisasi koefisien reliabilitas menurut sugiyono (2014) :

Tabel 2. Kategorisasi Tingkat Reliabilitas

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Berdasarkan tabel diatas, tingkat reliabilitas alat ukur kepuasan pelanggan berada pada tingkat sangat kuat yakni terletak pada 0,959. Sehingga uji validitas dan uji

reliabilitas dalam penelitian ini telah terpenuhi dan menunjukkan bahwa alat ukur kepuasan pelanggan telah valid dan reliabel dimana dianggap mampu untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada penelitian ini.

Teknik analisa data yang digunakan ialah Uji normalitas digunakan untuk mengetahui bagaimana sebaran sebuah data. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS* versi *25 for Windows*. Uji normalitas *kologorov-smirnov* memiliki beberapa kelebihan yakni sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat yang lain seperti saat menggunakan grafik. Konsep dasar uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah membandingkan distribusi data dengan distribusi normal baku yang telah ditransormasikan ke dalam bentuk *Z-score* dan diasumsikan normal. Nilai signifikansi yang menunjukkan $p > 0,05$ artinya data berdistribusi normal sedangkan $p < 0,05$ artinya distribusi data tidak normal.

Berikutnya ialah uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah variasi beberapa data dari populasi memiliki varians yang sama atau tidak. Uji ini digunakan sebagai syarat dalam penelitian komparatif. Menurut Widiyanto (2010), pedoman pengambilan keputusan dalam uji homogenitas bergantung pada nilai signifikansi apabila $< 0,05$ maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak homogen. Sedangkan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah homogen.

Terakhir ialah uji hipotesis, dalam penelitian ini menggunakan teknik Uji F atau yang biasa disebut *analysis of varian* (ANOVA) yang lebih tepatnya anova empat jalur mengingat terdapat lebih empat kelompok yang *independen*. Pengujian Anova atau Uji F bisa dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat tingkat signifikan atau dengan membandingkan *Fhitung* dengan *Ftabel* pengujian dengan tingkat signifikan pada tabel Anova $< \alpha=0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat perbedaan, sementara sebaliknya apabila tingkat signifikan pada tabel Anova $> \alpha=0,05$ maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat perbedaan (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui mengenai perbedaan kepuasan pelanggan jika ditinjau dari karakteristik pengguna jasa perawatan sepatu di toko Kusam.sc yang antara lain meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta pendapatan. Pengambilan data dilakukan dengan kuisioner yang dibagikan melalui bantuan *google form*. Data hasil penelitian kemudian diolah dan dianalisis

menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25.0 *for windows*. Diperoleh data statistik deskriptif sebagai berikut :

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Karakteristik		N	Mean	Std. Deviation	Min	Max
Jenis Kelamin	Laki	116	130,98	1,051	109	150
	Perempuan	118	129,88	1,202	108	150
Usia	11 – 20 tahun	43	135,09	1,546	112	150
	21 – 30 tahun	172	129,48	0,971	108	150
	31 – 40 tahun	19	128,47	2,297	109	146
Pekerjaan	Pelajar / mahasiswa	135	131,85	0,955	108	150
	Wirausaha	68	129,23	1,562	109	146
	PNS	31	126,96	1,822	108	146
Pendapatan	0 – 2 juta	112	132,27	0,993	108	150
	2 – 4 juta	77	129,74	1,300	109	150
	> 4 juta	45	127,08	1,511	108	146

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa total keseluruhan subjek ialah sebanyak 234 orang. Dengan rincian laki-laki sebanyak 116 orang dengan nilai rata-rata sebesar 130,98 dengan nilai minimum sebesar 109 dan nilai maximum sebesar 150. dan perempuan sebanyak 118 orang dengan nilai rata-rata sebesar 129,88 dengan nilai minimum sebesar 108 dan nilai maximum sebesar 150 dan untuk nilai standar deviasi jenis kelamin laki-laki sebesar 1,051 dan perempuan sebesar 1,202.

Untuk rentang usia 11 – 20 tahun mendapat nilai rata-rata sebesar 135,09 dengan nilai minimum sebesar 112 dan nilai maximum sebesar 150, kemudian untuk rentang usia 21 – 30 tahun mendapat nilai rata-rata sebesar 129,48 dengan nilai minimum sebesar 108 dan nilai maximum sebesar 150. Selanjutnya untuk rentang usia 31 – 40 tahun mendapat nilai rata-rata sebesar 128,47 dengan nilai minimum sebesar 109 dan nilai maximum sebesar 146. Dengan nilai standar deviasi untuk rentang usia 11 – 20 tahun sebesar 1,546, rentang usia 21 – 30 tahun sebesar 0,971, dan pada rentang usia 31 – 40 tahun sebesar 2,297.

Pada bidang pekerjaan pelajar / mahasiswa mendapat nilai rata-rata sebesar 131,85 dengan nilai minimum sebesar 108 dan nilai maximum sebesar 150. Selanjutnya pada bidang pekerjaan wirausaha mendapat nilai rata-rata sebesar 129,23 dengan nilai minimum sebesar 109 dan nilai maximum sebesar 146. Kemudian pada bidang pekerjaan PNS mendapat nilai rata-rata sebesar 126,96 dengan nilai minimum sebesar 108 dan nilai maximum sebesar 146. dengan mendapat nilai standar deviasi sebesar 0,955 pada bidang pekerjaan pelajar / mahasiswa, sebesar 1,562 pada

bidang pekerjaan wirausaha, dan sebesar 1,822 pada bidang PNS.

Terakhir untuk kisaran pendapatan, pada kelompok kisaran pendapatan 0 – 2 juta memiliki skor rata-rata sebesar 132,27 dengan nilai minimum sebesar 108 dan nilai maximum sebesar 150. Selanjutnya pada kisaran 2 – 4 juta mendapatkan nilai rata-rata sebesar 129,74 dengan nilai minimum sebesar 109 dan nilai maximum sebesar 150. Kemudian untuk kisaran pendapatan diatas 4 juta mendapat skor rata-rata sebesar 127,08 dengan nilai minimum sebesar 108 dan nilai maximum sebesar 146. Dengan nilai standar deviasi sebesar 0,993 untuk kisaran pendapatan 0 hingga 2 juta, kemudian sebesar 1,300 untuk kisaran pendapatan 2 hingga 4 juta, dan terakhir sebesar 1,511 untuk kisaran pendapatan diatas 4 juta.

Tabel 4. Interaksi antar kelompok

Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Rata-rata
Laki-laki	11-20 tahun	Pelajar / mahasiswa	0-2 juta	135,27
		Pelajar / mahasiswa	0-2 juta	131,52
	21-30 tahun	wirausaha	2-4 juta	131,50
			2-4 juta	132,42
			> 4 juta	127,56
	31-40 tahun	PNS	> 4 juta	125,00
PNS		> 4 juta	127,34	
Perempuan	11-20 tahun	Pelajar / mahasiswa	0-2 juta	135,00
		Pelajar / mahasiswa	0-2 juta	127,18
	21-30 tahun	wirausaha	2-4 juta	127,22
			2-4 juta	129,43
			> 4 juta	127,00
	31-40 tahun	PNS	> 4 juta	124,00
PNS		> 4 juta	130,43	

Berdasarkan tabel interaksi antar kelompok diatas dapat diketahui bahwa Dimana untuk kelompok jenis kelamin laki-laki berusia 11-20 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa dengan pendapatan 0-2 juta memiliki rata-rata sebesar 135,27, kemudian untuk jenis kelamin laki-laki berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa dengan penghasilan sebesar 0-2 juta memiliki rata-rata sebesar 131,52. Selanjutnya untuk kelompok jenis kelamin laki-laki berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan pelajar / mahasiswa dengan pendapatan 2-4 juta memiliki rata-rata sebesar 131,50. Kemudian untuk kelompok jenis kelamin laki-laki berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai wirausaha dengan pendapatan sebesar 2-4 juta memiliki rata-rata sebesar 132,42. Untuk kelompok laki-laki berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai wirausaha dengan pendapatan lebih dari 4 juta memiliki rata-rata sebesar 127,56.

Pada kelompok laki-laki berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai PNS dengan pendapatan lebih dari 4 juta memiliki rata-rata sebesar 125,00. Selanjutnya untuk kelompok laki-laki berusia 31-40 tahun dengan pekerjaan sebagai PNS dengan pendapatan lebih dari 4 juta memiliki rata-rata sebesar 127,34. Untuk kelompok jenis kelamin perempuan berusia 11-20 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa dengan pendapatan 0-2 juta memiliki rata-rata sebesar 135,00. Selanjutnya untuk kelompok jenis kelamin perempuan berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa dengan pendapatan 0-2 juta memiliki rata-rata sebesar 127,18. Selanjutnya untuk kelompok jenis kelamin perempuan berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa dengan pendapatan 2-4 juta memiliki rata-rata sebesar 127,22.

Terakhir untuk kelompok jenis kelamin perempuan berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai wirausaha dengan pendapatan 2-4 juta memiliki rata-rata sebesar 129,43. Selanjutnya untuk kelompok jenis kelamin perempuan berusia 21-30 tahun dengan pekerjaan sebagai wirausaha dengan pendapatan diatas 4 juta memiliki rata-rata sebesar 124,00. Terakhir untuk kelompok jenis kelamin perempuan berusia 31-40 tahun dengan pekerjaan sebagai PNS dengan pendapatan diatas 4 juta memiliki rata-rata sebesar 120,43.

HASIL UJI ASUMSI

Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan guna mengetahui apakah sebaran data bersifat normal atau tidak normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian kali ini ialah uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS* versi 25.0 for *Windows*. Nilai signifikansi yang menunjukkan signifikansi $> 0,05$ artinya data yang ada berdistribusi normal sedangkan signifikansi $< 0,05$ artinya distribusi data tidak normal. Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS* versi 25.0 for *Windows* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kepuasan pelanggan	0,200	Data berdistribusi Normal

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 yang mana lebih besar daripada 0,05. Sehingga sesuai dengan dasar pengambilan keputusan bahwa apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah variasi beberapa data dari populasi memiliki varians yang sama atau tidak. dasar pengambilan keputusan yakni apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa varian data tersebut tidak homogen. Sedangkan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa varian data tersebut ialah homogen. Uji homogenitas dilakukan dengan tes *Lavene statistic* pada anova 2 arah 4 jalur. Menggunakan bantuan *SPSS 25.0 for windows*. dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Homogenitas

Levene Statistic	Sig.
1,221	0,267

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,267 yang mana lebih besar daripada 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa varian data bersifat homogen.

UJI HIPOTESIS

Dalam penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah uji hipotesis parametrik Anova dua arah empat jalur mengingat terdapat empat faktor kelompok yang tidak saling berhubungan. Adapun beberapa syarat yang telah terpenuhi untuk menggunakan uji tersebut, adalah uji normalitas yang telah dibuktikan dengan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS* versi 25.0 for *Windows*. Sebagai syarat pertama dengan hasil bahwa data yang diperoleh memiliki distribusi yang normal. Yang kemudian dilanjutkan dengan uji homogenitas yang juga telah terbukti bahwa data varian empat kelompok faktor memiliki varian yang homogen dan telah memenuhi syarat. Setelah seluruh syarat terpenuhi maka dilakukanlah uji anova dua arah empat jalur menggunakan bantuan *SPSS 25.0 for windows* untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan dari keempat kelompok dan interaksinya antara satu dengan lainnya dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut adalah ringkasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis Anova

Variabel	F	Sig.	Hipotesis
Jenis kelamin dan Kepuasan Pelanggan	0,246	0,620	Tidak terdapat perbedaan yang signifikan

Usia dan Kepuasan Pelanggan	4,966	0,008	Terdapat perbedaan yang signifikan
Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan	0,433	0,649	Tidak terdapat perbedaan yang signifikan
Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	0,681	0,507	Tidak terdapat perbedaan yang signifikan
Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	0,000	0,000	Terdapat perbedaan yang signifikan

Berdasarkan tabel output diatas, maka diketahui nilai signifikansi untuk kelompok jenis kelamin sebesar 0,620. sebagaimana pada dasar pengambilan keputusan bila nilai signifikansi $p > 0,05$, maka H_0 akan diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $p < 0,05$, maka H_0 akan ditolak dan H_1 diterima. Karena hasil signifikansi uji anova empat jalur menunjukkan $0,620 > 0,05$, maka H_0 akan diterima, yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan Kusam.sc ditinjau dari jenis kelamin.

Selanjutnya untuk kelompok usia, memiliki nilai signifikansi sebesar 0,008. sebagaimana pada dasar pengambilan keputusan bila nilai signifikansi $p > 0,05$, maka H_0 akan diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $p < 0,05$, maka H_0 akan ditolak dan H_1 diterima. Karena hasil signifikansi uji anova empat jalur menunjukkan $0,008 > 0,05$, maka H_1 akan diterima, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat dan pembentuk kepuasan pelanggan Kusam.sc ditinjau dari usia.

Selanjutnya untuk kelompok pekerjaan mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,649. sebagaimana pada dasar pengambilan keputusan bila nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 akan diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 akan ditolak dan H_1 diterima. Dikarenakan hasil signifikansi uji anova empat jalur menunjukkan $0,649 > 0,05$, maka H_0 akan diterima, yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan Kusam.sc ditinjau dari pekerjaan.

Selanjutnya untuk kelompok pendapatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,507. sebagaimana pada dasar pengambilan keputusan bila nilai signifikansi $>$

0,05, maka H_0 akan diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 akan ditolak dan H_1 diterima. Karena hasil signifikansi uji anova empat jalur menunjukkan $0,507 > 0,05$, maka H_0 akan diterima, yang berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan Kusam.sc ditinjau dari pendapatan.

Terakhir untuk interaksi antara jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan pada kepuasan pelanggan, memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. sebagaimana pada dasar pengambilan keputusan bila nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 akan diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 akan ditolak dan H_1 diterima. Karena hasil signifikansi uji anova empat jalur menunjukkan $0,000 > 0,05$, maka H_1 akan diterima, yang berarti terdapat perbedaan dan interaksi yang signifikan pada pembentuk kepuasan pelanggan Kusam.sc ditinjau dari keseluruhan kelompok, yakni jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan Kusam.sc ditinjau dari empat aspek yakni jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Hal ini dilakukan demi mengetahui apa yang menyebabkan meningkatnya jumlah pelanggan di Kusam.sc pada masa pandemi, dimana pada kondisi ini penyedia jasa serupa di daerah sekitar Sidoarjo malah mengalami penurunan jumlah pelanggan. Berdasarkan hasil yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini telah diketahui bahwa jumlah pelanggan laki-laki sebanyak 116 orang dan perempuan sebanyak 118 orang, kemudian untuk kategori usia, rentang usia 11 – 20 tahun sebanyak 43 orang, berikutnya pada rentang 21 – 30 tahun sebanyak 172 orang, dan yang terakhir pada rentang usia 31 – 40 tahun sebanyak 19 orang. Selanjutnya pada kategori pekerjaan, terdapat 135 orang dengan status pelajar / mahasiswa, kemudian 68 orang dengan status wirausaha, dan yang terakhir sebanyak 31 orang dengan status PNS. Terakhir pada kategori pendapatan, untuk kisaran 0 hingga 2 juta sebanyak 112 orang, untuk kisaran 2 hingga 4 juta sebanyak 77 orang, dan yang terakhir untuk kisaran diatas 4 juta sebanyak 45 orang.

Perbedaan kepuasan pelanggan untuk jenis kelamin dan perempuan tidak memiliki perbedaan yang signifikan jika dilihat dari rata-rata kepuasan mereka. Dimana untuk jenis kelamin laki-laki sebesar 130,98 dan perempuan sebesar 129,88 yang menunjukkan bahwa kelompok laki-laki memang sedikit lebih tinggi dibanding kelompok perempuan, namun perbedaan tersebut tidaklah signifikan, dimana sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa & Nio (2019) dengan judul Perbedaan loyalitas pelanggan

pengguna jasa ojek *online* (*go-jek*) ditinjau dari jenis kelamin. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada loyalitas pelanggan yang mana merupakan salah satu aspek pembentuk kepuasan pelanggan.

Pada kelompok usia terdapat perbedaan yang cukup signifikan dimana untuk usia 11-20 tahun memiliki rata-rata sebesar 135,09, sedangkan untuk usia diatas 30 tahun memiliki rata-rata sebesar 128,47 yang mana bisa dikatakan bahwa mereka yang berusia 11-20 tahun merasa lebih puas dibanding pelanggan yang berusia diatas 30 tahun. Hal ini dikarenakan rata-rata pelanggan usia 11-20 tahun bekerja sebagai pelajar / mahasiswa yang rata-rata memiliki pendapatan 0-2 juta, dimana ini mengindikasikan bahwa mereka masih terikat oleh uang saku, dan disinilah mereka puas karena tidak perlu mengeluarkan uang yang banyak hanya untuk perawatan sepatu. Sedangkan untuk kelompok usia diatas 30 tahun, rata-rata telah bekerja entah sebagai wirausaha maupun PNS dengan pendapatan sebesar 2-4 juta bahkan ada yang diatas 4 juta. Mereka merasa lebih puas dengan fasilitas anti *bacterial* yang secara gratis mengingat pada masa sekarang, kebersihan dan higienitas sangatlah dijaga. Kelompok ini juga merasa bahwa mereka tidaklah masalah untuk mengeluarkan biaya lebih, yang terpenting ialah pelayanan yang memuaskan, yang mana selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Henrique & de Matos (2015), yang berjudul *The influence of personal values and demographic variables on customer loyalty in the banking industry*. Dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa tingkat usia seseorang juga membentuk tingkat kepuasan mereka akan suatu pelayanan, semakin berumur seseorang maka mereka akan lebih mengharapkan pelayanan yang lebih bermanfaat dibanding dengan usia anak muda yang lebih mementingkan harga.

Pada kelompok pekerjaan pada bidang pekerjaan PNS memiliki skor rata-rata yang lebih rendah dibanding wirausaha, dimana bisa dikatakan bahwa mereka merasa kurang puas dengan pelayanan yang kurang sistematis, mengingat pelayanan yang diberikan mampu diakses secara *fleksibel* dan dengan harga yang terjangkau sudah mendapatkan pelayanan yang baik. Kelompok wirausaha lebih memahami hal ini lantaran pekerjaan mereka yang bersifat fleksibel dan terkadang mengalami naik dan turun dalam pekerjaan, sedangkan pada bidang PNS pekerjaan mereka lebih teratur dan lebih terstruktur. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitorus & Yustisia (2018) dengan judul penelitian *The influence of service quality and customer trust toward customer loyalty : the role of customer satisfaction*, dimana berdasarkan hasil penelitian mereka, menyatakan bahwa pekerjaan yang lebih terstruktur secara paten memiliki pengaruh kepada tingkat kepuasan akan kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2012) terdapat tiga aspek kepuasan pelanggan, yakni Loyal terhadap produk. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Serta penyedia jasa menjadi pertimbangan utama ketika hendak menggunakan jasa serupa. Pada penelitian ini yang dimaksud pelanggan ialah konsumen yang telah menggunakan jasa lebih dari dua kali, yang mana hal tersebut juga telah dipenuhi oleh 234 responden. Pada aspek pertama mengenai loyal terhadap produk, dikarenakan produk disini adalah hasil dari penyedia jasa yakni perawatan sepatu, hampir seluruh responden menyetujui aitem-aitem yang disusun sebagai pembentuk loyalitas itu sendiri, dengan rata-rata hasil telah menjadi *member* Kusam.sc yang diikuti dengan rata-rata telah membandingkan dengan penyedia jasa sejenis yang lain, dan lebih memilih menggunakan Kusam.sc. Selanjutnya pada aspek kedua yakni adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, diperoleh hasil dari kelompok jenis kelamin laki-laki menyetujui bahwa mereka menyebarkan hasil perawatan sepatu Kusam.sc kepada teman dan kerabat mereka. Hal tersebut juga didominasi oleh kelompok usia 31-40 tahun, dan diikuti oleh kelompok pekerjaan pelajar / mahasiswa dan wirausaha dengan pendapatan 2 juta keatas yang juga menyebarkan hasil pekerjaan perawatan sepatu Kusam.sc kepada teman dan sekitar mereka baik ditempat kerja maupun kampus atau sekolah. Sedangkan untuk kelompok perempuan dan memiliki pekerjaan PNS lebih mengunggah hasil pekerjaan perawatan sepatu ke media sosial dengan menyertakan ulasan yang positif. Terakhir untuk aspek ketiga yakni penyedia jasa menjadi pertimbangan utama ketika akan menggunakan jasa serupa. Kelompok dominan yakni kelompok usia 31-40 tahun dengan jenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan, menyetujui bahwa mereka lebih memilih untuk menggunakan jasa Kusam.sc dibanding yang pemberi jasa yang lain dikarenakan adanya fasilitas pemberian anti *bacterial* secara gratis. Sedangkan untuk usia 11-20 tahun dengan pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa, terkadang masih menggunakan penyedia jasa sejenis yang lain, dengan alasan harga.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada 234 pelanggan dengan menggunakan uji anova empat jalur seperti yang telah dibahas pada hasil, uji hipotesis, diketahui bahwa terdapat perbedaan kepuasan pelanggan yang signifikan pada empat kelompok menurut jenis kelamin yakni laki-laki dan perempuan. Kelompok usia pada usia 11 hingga 20 tahun, usia 21 hingga 30 tahun, dan kelompok usia 31 hingga 40 tahun. Kemudian pada kelompok pekerjaan pelajar / mahasiswa, pekerjaan wirausaha dan PNS. Terakhir pada kelompok pendapatan 0 hingga 2 juta, 2 hingga 4 juta, dan diatas dari 4 juta. Perbedaan terletak pada aspek pembentuk dari kepuasan itu

sendiri, dimana setelah ditinjau kembali pada tiga aspek yang telah dibahas diatas. Berdasarkan nilai uji hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan pelanggan kepada kelompok jenis kelamin diperoleh nilai sebesar 0,620, yang berarti tidak terdapat perbedaan mengenai tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian hal yang serupa juga berlaku kepada kelompok pekerjaan yang memperoleh nilai sebesar 0,649, yang berarti juga tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pelanggan. Terakhir untuk kelompok pendapatan, juga memperoleh hasil yang serupa yakni sebesar 0,507, yang berarti juga tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan pelanggan. Dimana hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Schirmer dkk, (2018) dengan berjudul *the link between customer satisfaction and loyalty: the moderating role of customer characteristics*. Pada penelitian tersebut, karakteristik pelanggan tidaklah secara menyeluruh mempengaruhi tingkat kepuasan, dimana karakteristik lebih condong untuk mempengaruhi hal yang membuat kepuasan itu terjadi, dimana loyalitas termasuk kedalam salah satu aspek pembentuk kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2012). Ketiga kelompok ini memiliki kesamaan dimana tidak adanya perbedaan tingkat kepuasan pelanggan bisa kita lihat kembali kepada kategorisasi yang mengungkapkan bahwa keseluruhan responden memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Apabila ditinjau dari ketiga aspek pembentuk kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2012) yakni Loyal terhadap produk. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Serta penyedia jasa menjadi pertimbangan utama ketika hendak menggunakan jasa serupa. Ketiga kelompok ini memiliki hasil yang hampir sama, dimana rata-rata menjawab untuk aspek pertama hanya 7,2% yang memilih untuk tidak setuju, kemudian pada aspek kedua hampir keseluruhan responden menyetujui bahwa dirinya menyebarkan jasa yang ia gunakan kepada sekitarnya. Untuk aspek terakhir sebanyak 93,7% menyetujui bahwa mereka lebih memilih menggunakan jasa yang telah mereka percaya dibanding yang lain, dan sisanya akan memilih pemberi jasa serupa yang lain ketika ada sebuah promosi dan demi tujuan membandingkan dengan pemberi jasa yang diteliti.

Kelompok yang memiliki perbedaan yang signifikan disini hanyalah kelompok usia, dengan nilai sebesar 0,008. Yang berarti memiliki perbedaan tingkat kepuasan pelanggan. Didukung oleh aspek ketiga yang mana terdapat poin tambahan yang dimiliki oleh pemberi jasa yang diteliti yakni pemberian anti *bacterial* secara gratis, untuk usia 21-30 tahun sebesar 98,8% dan untuk usia 31-40 tahun 99,3% menyetujui hal tersebut dibandingkan untuk usia 11-20 tahun yang mana lebih merasa puas yang ditekankan kepada aspek pertama yakni harga yang lebih terjangkau. Selanjutnya pada aspek ketiga juga terdapat

pernyataan dimana penyedia jasa yang diteliti memiliki sistem antar jemput secara gratis yang disinilah pada umur 31-40 tahun hampir keseluruhan menyetujui hal tersebut. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Henrique & de Matos (2015), yang berjudul *The influence of personal values and demographic variables on customer loyalty in the banking industry*. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa untuk kategori usia memiliki tingkat loyalitas yang berbeda antar usia. Yang mana dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan pada kepuasan pelanggan jika dilihat dari interaksi antara jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan yang terletak pada aspek pembentuk rasa puas mereka. Sedangkan untuk keseluruhan responden memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dimana kebanyakan variabel kepuasan pelanggan akan dikaitkan dengan variabel psikologi konsumen lainnya atau pun mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel psikologi konsumen lain seperti penelitian yang dilakukan oleh (Suryadharma & Nurcahya, 2015). Pada penelitian ini lebih menekankan mengenai perbedaan kepuasan pelanggan apabila ditinjau dari karakteristik pelanggan yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Masih terdapat beberapa karakteristik lain yang belum diteliti pada penelitian ini seperti status pernikahan dan pendidikan. Adapun variabel lain yang memiliki kaitan erat dengan kepuasan pelanggan yang belum diteliti pada penelitian ini yakni loyalitas konsumen seperti yang dilakukan oleh Aulia & Mulyana, (2018), dan variabel konsumen lainnya.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat kepuasan pelanggan ditinjau dari karakteristik pelanggan yakni jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan yang dilakukan di kota sidoarjo, tepatnya pada penyedia jasa perawatan sepatu Kusam.sc dengan jumlah responden sebanyak 234 pelanggan Kusam.sc dengan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Perbedaan terletak pada aspek pembentuk kepuasan pelanggan, dimana untuk pembandingan kelompok jenis kelamin, tidak terdapat perbedaan yang signifikan baik dari segi aspek, maupun tingkat kepuasan, seluruh pelanggan baik berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, memiliki hasil yang hampir sama pada setiap aspek dan tidak terdapat perbedaan yang mencolok.

Pada pembandingan kelompok usia, terdapat perbedaan dari segi aspek, dimana untuk usia 11-20 tahun, tidak terlalu mementingkan fasilitas berupa antar jemput dan pemberian anti *bacterial* secara gratis. Pada kelompok

usia 20-31 tahun dan 31-40 tahun, menyetujui bahwa kedua fasilitas tersebutlah yang menjadi faktor utama dalam kepuasan mereka dimasa pandemi yang membatasi segala aktifitas, dan juga rasa aman akan meningkat dengan adanya anti *bacterial*. Selanjutnya untuk pembandingan kelompok pekerjaan, tidak terdapat perbedaan yang signifikan, dimana untuk aspek loyal terhadap penyedia jasa memiliki hasil yang hampir serupa, dimana keseluruhan menyetujui bahwa mereka lebih memilih menggunakan jasa Kusam.sc.

Terakhir untuk pembandingan kelompok pendapatan, tidak terdapat perbedaan yang signifikan, dimana seluruh kelompok, mulai dari kelompok kisaran 0-2 juta rupiah, 2-4 juta rupiah, dan diatas 4 juta rupiah tidak memperlakukan harga, dimana menyetujui bahwa harga perawatan sepatu di Kusam.sc termasuk terjangkau untuk segala kalangan.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada pihak-pihak terkait :

1. Kepada pihak yang hendak melakukan penelitian yang hampir serupa kedepannya, Sebaiknya mencari kelompok dengan jumlah yang hampir sama rata atau seimbang agar tidak terjadi perbedaan rata-rata antara kelompok yang terlalu jauh. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan faktor yang belum diteliti seperti status pernikahan, dan pendidikan.
2. Kepada penyedia jasa perawatan sepatu Kusam.sc. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas dan fasilitas layanan yang diberikan. Serta kedepannya mampu memberikan fasilitas dan pelayanan yang sesuai kepada kelompok yang tingkat kepuasannya rendah.
3. Kepada penyedia jasa serupa didaerah Sidoarjo saran pertama hendaknya melakukan survey kepuasan pelanggan. Kedua hasil penelitian dapat digunakan untuk membantu meningkatkan kualitas dan fasilitas penyedia jasa sejenis agar pelanggan mereka memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, dimana hal tersebut menguntungkan dimasa pandemi ini untuk seluruh kalangan, baik penyedia jasa, maupun konsumen. Terakhir hasil penelitian dapat digunakan untuk evaluasi yang mungkin bisa didiskusikan kepada perkumpulan penyedia jasa perawatan sepatu.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, M. (2011). *Prinsip-prinsip perlindungan hukum*

bagi konsumen di Indonesia (1st ed.). Jakarta: Rajawali Pers.

Aulia, N., & Mulyana, O. P. (2018). hubungan kepuasan konsumen dan loyalitas terhadap produk online tas omace. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 05(03), 1–5.

Azwar, S. (2012). *Penyusunan skala psikologi* (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Badan Pusat Statistik. (n.d.). Survey Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS). Retrieved from Badan Pusat Statistik website: <https://www.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html#subjekViewTab1>

Chandra, A., & Jatra, I. (2014). Pengaruh usia, tingkat pendapatan dan kepribadian pada perilaku keluhan konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(10), 255151.

Damanik, N. I. Y., & Supriyadi, S. (2019). Perbedaan kepuasan konsumen mahasiswa-mahasiswi program studi psikologi universitas udayana terhadap pelayanan online store. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(02), 357. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i02.p15>

Hartini, K. (2019). KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA TAQSITH dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, IV(7).

Henrique, J. L., & de Matos, C. A. (2015). The influence of personal values and demographic variables on customer loyalty in the banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 571–587. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2014-0082>

Kamus besar bahasa Indonesia. (n.d.). Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>

Kotler, & Keller. (2012). Management marketing. In *Pretnice Hall* (Vol. 11). <https://doi.org/10.1080/03031853.1972.9523871>

Nazir, M. (2015). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Nisa, K., & Nio, S. R. (n.d.). *Perbedaan loyalitas pelanggan pengguna jasa ojek online (go-jek) ditinjau dari jenis kelamin*. 734, 1–11.

Permatasari, A. N. (2020). Terdampak pandemic, event organizer ini beralih jadi tukang cuci sepatu. Retrieved from Kompas.TV website: <https://www.kompas.tv/article/97186/terdampak-pandemi-event-organizer-ini-beralih-jadi-tukang-cuci-sepatu?page=2>

Rahmah, A. (2021). Ingat, kapasitas kantor maksimal hanya 25 persen selama PPKM Jawa-Bali. Retrieved

February 2, 2021, from Liputan6 website:
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4453958/ingat-kapasitas-kantor-maksimal-cuma-25-persen-selama-ppkm-jawa-bali>

- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development Perkembangan Masa Hidup* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Schirmer, N., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., & Feistel, M. S. G. (2018). The link between customer satisfaction and loyalty: the moderating role of customer characteristics. *Journal of Strategic Marketing*, 26(4), 298–317. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1240214>
- Sitorus, T., & Yustisia, M. (2018). The influence of service quality and customer trust toward customer loyalty: the role of customer satisfaction. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 639–654. <https://doi.org/10.18421/IJQR12.03-06>
- Solomon, M. R. (2017). Consumer Behavior Buying, Having, and Being. In *New Jersey: Pearson Addison Wesley* (12th ed.).
- Suarna, N. (2020). Buang gengsi, mantan karyawan hotel jadi tukang cuci sepatu. Retrieved from Jawa Pos Bali Express website: https://baliexpress.jawapos.com/read/2020/05/27/196092/buang-gengsi-mantan-karyawan-hotel-jadi-tukang-cuci-sepatu?_ga=2.65034478.1779277032.1606021384-648396180.1553520028
- Subana, S. (2015). *Dasar-dasar penelitian ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sudjana. (2014). *Metode statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R & B*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadharma, I., & Nurcahya, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Di Denpasar Timur. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(4), 250942.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service quality & satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyanto, J. (2010). *SPSS for windows untuk analisis data statistik dan penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.