

Analisis Kepuasan Pelanggan dari Pelayanan Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi

Analysis of Customer Satisfaction with The Services of the Sinar Mas Cosmetics Store in Cimahi

Mitha Ramanda¹, Harry Nugraha²

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia.

Narahubung: Mitha Ramanda¹, email: mitha10121808@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 24/07/2025

Diterima: 24/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dari pelayanan yang diberikan Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan staf toko dan pelanggan. Fokus penelitian adalah persepsi pelanggan atas kepuasan pelanggan berdasarkan tiga indikator kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dengan staf yang ramah, harga yang terjangkau, dan kemudahan mendapatkan informasi tentang produk. Namun, ada keluhan tentang ketersediaan produk yang terbatas. Diharapkan temuan ini akan membantu manajemen toko kosmetik ini dalam meningkatkan pelayanan dan pengelolaan stok.

A B S T R A C T

This study aims to evaluate customer satisfaction from the services provided by Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi. This research uses a type of qualitative research with descriptive methods. Data were collected through in-depth interviews with store staff and customers. The focus of the research is customer perception of customer satisfaction based on three indicators of customer satisfaction as well as service quality based on five dimensions of SERVQUAL. The results show that most customers are satisfied with the friendly staff, affordable prices, and ease of getting information about products. However, there were complaints about limited product availability. It is hoped that these findings will help the management of this cosmetics store in improving service and stock management.

*This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution 4.0
International License.](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)*

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362
p – ISSN: 2614-6681

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting dalam menjaga loyalitas serta keberlanjutan suatu usaha, terutama di sektor ritel yang sangat kompetitif. Menurut Kotler et al. (2021) dalam (Putri Maulidiah & Budiantono, 2023) Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan bagaimana produk atau layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Tentunya, perusahaan perlu memahami ekspektasi pelanggan serta memberikan layanan yang tepat untuk membuat pelanggan menikmati pengalaman berbelanja mereka.

Toko ritel kecantikan Sinar Mas Kosmetik Cimahi telah melayani pelanggan di Cimahi dan daerah sekitarnya dengan menyediakan berbagai produk kecantikan. Namun, ketidaktersediaan produk tertentu menghalangi kepuasan pelanggan, yang dapat membuat pelanggan kecewa dan merusak reputasi toko.

Pelayanan juga menentukan kepuasan pelanggan, Dalam industri yang kompetitif seperti kosmetik, pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif sangat dibutuhkan. Menurut Mutiawati et al. 2019 dalam (Pada et al., 2025), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai tingkat kemampuan seseorang yang memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan terhadap barang atau jasa yang mereka tawarkan. Dalam situasi ini, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan hasil akhir, tetapi juga bagaimana layanan diberikan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh hasil akhir dan interaksi antara karyawan dan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai kepuasan pelanggan dari pelayanan yang diberikan di Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi, dengan penekanan khusus pada ketersediaan produk dan kualitas layanan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat keputusan strategis tentang cara meningkatkan layanan pelanggan dan menjadi acuan bagi toko ritel kosmetik lainnya di wilayah Cimahi.

2. Kajian Teori

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat penting untuk membina hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Kotler et al., (2021) dalam (Putri Maulidiah & Budiantono, 2023) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan bagaimana produk atau layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Di sisi lain, teori ini lebih cocok diterapkan dalam konteks produk atau hasil konkret, di mana kinerja produk dapat diukur secara lebih objektif.

Tjiptono et al (2020) dalam (Putri Maulidiah & Budiantono, 2023), mengatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan diukur dengan membandingkan ekspektasi pelanggan tentang interaksi pelayanan yang sebenarnya dengan persepsi mereka. Teori ini lebih fokus pada proses interaksi dan hubungan dalam pelayanan, yang relevan dalam konteks jasa atau layanan langsung.

Mufidah (2021) dalam (Sibagariang et al., 2025) menambahkan bahwa pelanggan akan merasa puas jika hasil sesuai atau melebihi harapan, namun sebaliknya, jika hasil di bawah harapan, maka pelanggan cenderung kecewa.

Hal-hal yang menyebabkan kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012) dalam (Apriasty & E. Simbolon, 2022) menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima hal utama: kualitas produk, layanan, emosi, harga, dan biaya. Untuk mengukur tingkat kepuasan, Indrasari (2019) dalam (Sibarani, 2023) mengemukakan tiga indikator utama, yaitu; Kesesuaian harapan, keinginan untuk berkunjung kembali, dan dorongan untuk merekomendasikan. Ketiga indikator ini mencerminkan evaluasi pelanggan secara menyeluruh terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kualitas Pelayanan

Kemampuan pemberi layanan untuk memberikan barang atau jasa kepada pelanggan dikenal sebagai kualitas pelayanan Mutiawati et al. (2019) dalam (Pada et al., 2025).

Menurut Usmara dalam (Pada et al., 2025) Kualitas layanan adalah sikap yang berasal dari membandingkan apa yang pelanggan harapkan dari layanan dengan seberapa baik kinerja perusahaan menurut persepsi pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2014) dalam (Sibagariang et al., 2025) Kualitas pelayanan didasarkan pada penyampaian yang sesuai dengan harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa, kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan melalui layanan yang tepat, di mana penilaian kualitas pelayanan didasarkan pada perbandingan antara harapan pelanggan dan persepsi kinerja yang diterima.

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry yang dikutip dalam jurnal (Umar et al., 2022), Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy).

Bisnis dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan dengan memahami dan mengelola kelima aspek ini secara seimbang. Kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, dengan tujuan untuk memahami dan menganalisis kepuasan pelanggan dari pelayanan di Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam persepsi, pengalaman, dan harapan pelanggan melalui data non-numerik.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelanggan dan staf toko, serta observasi langsung. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih informan, yaitu pelanggan aktif yang berbelanja di Toko Kosmetik tersebut minimal dua hingga lima kali per bulan.

Data yang di dapat dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan referensi teori-teori yang relevan, bertujuan menghasilkan interpretasi yang objektif terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman menyeluruh mengenai hal-hal yang menyebabkan kepuasan pelanggan.

4. Hasil Dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan dari pelayanan Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi. Beberapa point utama yang dibahas yaitu dari indikator kepuasan pelanggan yang meliputi; kesesuaian dengan harapan, keinginan untuk berkunjung kembali, dan dorongan untuk merekomendasikan. Lalu, membahas dari indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (tangible), keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty). Berikut adalah hasil dan pembahasan dari beberapa aspek tersebut:

A. Hasil

Kepuasan Pelanggan

Mengacu pada teori Indrasari (2019) dalam (Sibarani, 2023), Ada beberapa indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini: kesesuaian dengan harapan, keinginan untuk berkunjung kembali, dan keinginan untuk merekomendasikan.

1) Kesesuaian Harapan

Seluruh informan menyampaikan bahwa harapan mereka terhadap pelayanan di Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi telah terpenuhi. Harapan tersebut mencakup harga yang terjangkau, pelayanan yang ramah, dan penyambutan yang baik. Informan juga merasa nyaman karena staf sigap membantu dan memberikan penjelasan mengenai produk.

2) Minat Berkunjung Kembali

Ketiga informan menunjukkan keinginan untuk kembali berbelanja di toko tersebut. Ini disebabkan dari beberapa hal, seperti harga produk yang bersaing, adanya diskon dan hadiah, serta pengalaman pelayanan yang memuaskan dan konsisten dari staf toko.

3) Kesediaan Merekendasikan

Dua dari tiga informan menyatakan telah dan bersedia merekomendasikan toko kosmetik ini kepada orang lain karena harga terjangkau, pelayanan yang baik, dan adanya promosi menarik. Satu informan tidak merekomendasikan karena statusnya sebagai reseller, bukan karena ketidakpuasan.

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dimensi kualitas pelayanan dari Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Umar et al., 2022), terdapat lima dimensi utama yang teridentifikasi dari analisis data, yaitu Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan Empati.

1) Tangibles (Bukti Fisik)

Ketiga informan menyatakan bahwa kondisi fisik toko cukup bersih, rapi, dan nyaman. Produk ditata dengan baik dalam etalase, sehingga memudahkan pelanggan memilih barang. Fasilitas toko juga dinilai mendukung pengalaman berbelanja. Namun, ada beberapa area toko yang terkadang berdebu dikarenakan toko sudah berdiri sejak lama dan juga area toko terlalu sempit, sehingga pelanggan merasa tidak nyaman saat toko penuh.

2) Reliability (Keandalan)

Seluruh informan menilai pelayanan toko cepat, konsisten, dan dapat diandalkan. Staf mampu menangani permintaan dan memberikan penjelasan produk dengan baik setiap saat.

3) Responsiveness (Daya Tanggap)

Daya tanggap staf toko tergolong tinggi. Mereka memberikan solusi alternatif saat produk tidak tersedia dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan cepat. Penjelasan produk juga diberikan secara rinci, terutama saat toko tidak ramai.

4) Assurance (Jaminan)

Ketiga informan menyampaikan keyakinan terhadap kualitas dan keaslian produk yang dijual. Adanya kebijakan pengembalian produk tertentu juga menambah rasa aman dalam berbelanja.

5) Empathy (Empati)

Staf menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan melalui sikap ramah, perhatian personal, dan rekomendasi produk yang relevan. Interaksi yang bersifat personal ini meningkatkan kenyamanan dan membentuk hubungan baik antara pelanggan dan toko.

B. Pembahasan

Penelitian ini bermaksud untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan di Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi, khususnya dari aspek pelayanan. Temuan utama menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas terhadap pelayanan staf yang ramah, sopan, komunikatif, serta responsif dalam membantu pelanggan memilih produk yang sesuai.

Evaluasi dilakukan melalui tiga dimensi utama kepuasan pelanggan, seperti yang dinyatakan oleh Indrasari (2019) dalam (Sibarani, 2023), yaitu kesesuaian dengan harapan, keinginan untuk berkunjung kembali, dan keinginan untuk merekomendasikan. Ketiganya menunjukkan hasil positif: pelanggan merasa pelayanannya sesuai harapan, berminat untuk kembali berbelanja, dan sebagian besar bersedia merekomendasikan toko kepada orang lain. Hal ini selaras dengan teori Kotler dan Amstrong (2016) dalam (Reza et al., 2023), kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menjalin hubungan jangka panjang antara bisnis dan pelanggan. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan.

Namun, ditemukan pula kendala dalam hal keterbatasan stok produk. Meski demikian, pelayanan yang cepat dan solusi seperti pemberian alternatif produk mampu mengurangi dampak negatif atas kepuasan pelanggan. Dengan ini menunjukkan jika pelayanan berkualitas tinggi dapat menutupi kekurangan dalam aspek ketersediaan produk. seperti dinyatakan oleh Conlon dan Mortimer dikutip dalam (Putri et al., 2024) kemudahan yang diberikan penjual kepada pembeli untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan dikenal sebagai ketersediaan produk. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan tetap merasa puas karena hal-hal seperti keramahan karyawan, ketanggapan, juga kecepatan respon staf serta harga yang terjangkau. Sejalan dengan teori Hatmah (2023) dalam (Putri et al., 2024) Kecepatan pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan cepat dan tepat.

Analisis berdasarkan lima indikator kualitas pelayanan membuktikan bahwa Toko Sinar Mas Kosmetik telah memenuhi sebagian besar indikator tersebut. Toko dinilai bersih dan tertata (tangible), pelayanan konsisten dan cepat (reliability), staf responsif terhadap kebutuhan pelanggan (responsiveness), mampu memberikan jaminan atas keaslian produk (assurance), serta menunjukkan sikap empatik (empathy). Sejalan dengan teori Lupiyoadi (2011) dalam (Apriasty & E. Simbolon, 2022) Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan tentang layanan yang mereka terima.

Secara keseluruhan, layanan yang diberikan telah membentuk pengalaman belanja yang positif. Namun, perbaikan dalam manajemen stok diperlukan agar aspek kepuasan pelanggan dapat lebih optimal. Keunggulan dalam kualitas pelayanan, terutama dalam responsivitas dan empati, terbukti mampu menjaga kepuasan meski terdapat keterbatasan produk, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian, Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi berhasil menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi melalui layanan ramah, sigap, serta responsif. Pelanggan memiliki kepuasan dengan sikap staf yang sopan dan komunikatif serta variasi produk yang tersedia. Meski ada keluhan terkait ketidaktersediaan beberapa produk, hal ini tidak mengurangi kepuasan secara signifikan karena staf tetap memberikan pelayanan yang baik. Minat untuk kembali berbelanja juga tinggi, didorong oleh harga bersaing dan program loyalitas. Namun, manajemen stok perlu ditingkatkan agar pengalaman belanja pelanggan semakin optimal dan loyalitas pelanggan dapat terus terjaga.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Toko Sinar Mas Kosmetik Cimahi meningkatkan manajemen stok dengan menganalisis tren penjualan untuk memastikan ketersediaan produk sesuai kebutuhan pelanggan. Selain itu, pelatihan staf dalam pelayanan dan penanganan keluhan perlu ditingkatkan guna memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan upaya ini, toko diharapkan bisa mengoptimalkan kepuasan pelanggan dan loyalitas jangka panjang.

6. Ucapan Terimakasih

Kegiatan riset ilmiah di bidang manajemen ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak, dan peneliti berterima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi pada pembuatan penelitian ini. Peneliti menghargai dukungan moral dan moril dari dosen pembimbing, informan penelitian, dan pihak-pihak terkait lainnya. Penelitian ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan kerja sama dari berbagai pihak. Peneliti berharap temuan penelitian ini akan membantu perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen, dan semoga bermanfaat juga bagi pembaca.

7. Referensi

- Apriasty, I., & E. Simbolon, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.21>
- Pada, P., Kilau, P. T., & Purnama, S. (2025). *63 Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Nggusuwaru*. 8(1), 63–75.
- Putri, A., Anendra, Y., Nurcahyani, D., Fatihah, R. N., Anggraini, Y. A., Saputra, A. O., & Sudiantini, D. (2024). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan: Perbandingan pada Toko Kosmetik Sociolla dengan Toko Kosmetik Guardian di Summarecon Mall Bekasi*. 2(3), 154–162. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Putri Maulidiah, E., & Budiantono, B. (2023). *PENGARUH FASILITAS TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PELANGGAN*. 2(3).
- Reza, A. N., Syaifulloh, M., & Iskandar, K. (2023). Analisis Kualitas Layanan dan Kepercayaan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada SPBU 44.522.23 Janegara. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2), 463–474. <https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1091>
- Sibagariang, H. K., Sitohang, A., Sinaga, D., & Tambunan, T. S. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Mona Fashion*. 4, 234–246.
- Sibarani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- Umar, M., Arfan, H. H., & Asri. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Taruna Politeknik Barombong Makasar. *Jurnal Pelopor Manajemen Indonesia*, 2(2), 47–54.