

PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN (SERQUAL) DAN PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN RITEL (*RETAIL SERVICE QUALITY SCALE*) : DALAM KAJIAN TEORI

Arief Hadian¹⁾, Muhammad Rahmat²⁾

Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan^{1,2}

ariefhadian@umnaw.ac.id¹

muhammadrahmat0904@gmail.com²

ABSTRAK

Tulisan ini merupakan tulisan ulasan teori mengenai pengukuran kualitas layanan SERQUAL dan pengukuran kualitas layanan ritel (RSQS). Model pengukuran kualitas layanan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) atau SERQUAL terbukti tidak dapat dilakukan secara umum, hal ini dikarenakan model penguran RSQ hanya dapat dilakukan pada perusahaan atau kegiatan jasa murni dan tidak dapat dilakukan pada toko-toko ritel karena toko ritel berbeda dengan kegiatan jasa murni. Model pengukuran kualitas layanan ritel Dabholkar, Thorpe, dan Rentz (1996) atau RSQS tidak semua cocok dilakukan pada semua tempat, terbukti RSQS tidak dapat dilakukan pada negara India tanpa memodifikasi model tersebut, tetapi model tersebut cocok dilakukan ditempat lain seperti di Siprus Utara, Kazakhstan, Sri Lanka dan Indonesia tanpa harus melakukan modifikasi model.

Kata Kunci: Pengukuran Kualitas Layanan, Pengukuran Kualitas Layanan Ritel

ABSTRACT

This paper is a theoretical review of the measurement of SERQUAL service quality and retail service quality measurement (RSQS). The service quality measurement model of Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) or SERQUAL has proven to be unable to be done in general, this is because the RSQ measurement model can only be done on companies or purely service activities and cannot be done at retail stores because retail stores are different with pure service activities. The Dabholkar, Thorpe, and Rentz (1996) or RSQS retail quality measurement models are not all suitable for all locations, it is proven that RSQS cannot be carried out in India without modifying the model, but the model is suitable for other places such as North Cyprus, Kazakhstan, Sri Lanka and Indonesia without having to modify the model.

Keywords: Service Quality Measurement, Retail Service Quality Measurement

1. PENDAHULUAN

Kualitas layanan merupakan salah satu konsep yang paling menarik dan paling banyak dibahas dalam kegiatan pemasaran layanan, karena tidak ada kesepakatan bersama mengenai definisi dan pengukurannya (Wisniewski, 2001). Dengan memuaskan pelanggan melalui layanan berkualitas tinggi, perusahaan bisnis tidak hanya mempertahankan pelanggan mereka saat ini, tetapi juga meningkatkan pangsa pasar mereka (Finn dan Lamb, 1991). Model SERQUAL Parasuraman et al. (1988) merupakan pengukuran kualitas layanan yang banyak dikembangkan dan dipakai

dalam beberapa penelitian. Pada perkembangannya model SERQUAL gagal menghitung kualitas pelayanan ritel. Dikarenakan dimensi kualitas layanan ritel berbeda dari yang ada di industri layanan lainnya (Finn dan Lamb, 1991) Maka dikembangkanlah model pengukuran layanan ritel oleh Dabholkar et al. (1996). Yang kemudian dikenal dengan RSQS (*Retail Service Quality Scale*).

Dalam penulisan ini bertujuan untuk pengulas tentang teori awal penguran kualitas layanan (*Service Quality Scale*) dan perkembangannya serta mengulas awal teori penguran kualitas

pelayanan ritel dan perkembangannya.

Teori Konsep Pengukuran Kualitas Pelayanan

Pengukuran kualitas pelayanan secara terukur pertama dilakukan oleh Parasurama, Zeitham, dan Berry (1985) dengan 10 dimensi yang digunakan konsumen dalam membentuk harapan tentang dan persepsi layanan. Adapun 10 dimensi tersebut adalah keandalan, tanggung jawab, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, pemahaman pelanggan, dan bukti fisik. Bahwa dalam melakukan pengukuran kualitas layanan dikarenakan adanya kebutuhan dan peluang untuk mengembangkan instrumen standar untuk mengukur persepsi kualitas layanan konsumen., dimana 10 dimensi tersebut merupakan kriteria evaluatif yang melampaui berbagai layanan. Bahwa persepsi kualitas konsumen dipengaruhi oleh serangkaian kesenjangan yang berbeda yang terjadi di sisi pemasar. Tantangan utama bagi para peneliti adalah menyusun metode untuk mengukur kesenjangan ini secara akurat.

Selanjutnya Parasuraman et al. (1988) memperbaiki konsep kualitas pelayanan yang dilakukan pada penelitian Parasurama et al. (1985), dimana mengungkapkan bahwa kriteria yang digunakan untuk menilai kualitas pelayanan pada konsumen dengan 10 dimensi yang digunakan berpotensi tumpang tindih, dengan demikian konsep 10 dimensi ini dikembangkan dalam penelitian ini menjadi dasar pengukuran kualitas pelayanan yang dinamakan SERVQUAL. Pada kualitas pelayanan SERVQUAL ini

terdapat 5 dimensi yang digunakan yaitu (i) bukti fisik, yang menggambarkan fasilitas fisik yang ada, seperti peralatan, dan penampilan personel, (ii) keandalan, yang menggambarkan sebagai kemampuan staf dan perusahaan dalam menjalankan layanan yang telah dijanjikan secara andal dan akurat, (iii) responsif, yang menggambarkan sebagai kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan dan berusaha menyediakan layanan yang cepat, (iv) jaminan, yang menggambarkan sebagai pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka dalam menginspirasi kepercayaan dan kepercayaan diri, dan (v) empati, yang mendeskripsikan sebagai kepedulian dan perhatian individual yang diberikan oleh tegas kepada pelanggannya.

Sejak banyak yang mencoba memvalidasi konsep SERVQUAL ke berbagai macam bidang, contohnya memvalidasi pada pada pengendalian hama, pada *dry cleaning*, makanan cepat saji (Cronin dan Taylor, 1992); kualitas pelayanan pada rumah sakit (Babakus dan Mangold, 1989); pelayanan perusahaan pada bisnis-kebisnis (Brensinger dan Lambert, 1990); pasien pada sekolah rumah sakit gigi, penempatan sekolah bisnis, toko ban dan rumah sakit perawatan akut (Carman, 1990); pelanggan perumahan perusahaan utilitas (Babakus dan Boller, 1992); layanan departemen store (Finn dan Lamb, 1991); pelayanan rumah sakit (Bowers dan Swan, 1992); dan pelayanan perbankan (Lassar, Manolis, dan Winsor, 2000; Spreng dan Singh, 1993); menyatakan bahwa penelitian yang telah dijelaskan secara umum tidak mendukung

struktur faktor dalam penelitian (Parasuraman et al., 1988).

Carman (1990) melakukan studi yang menarik di lingkungan ritel, dimana pengujian SERQUAL dilakuna pada pengaturan layanan murni (seperti klinik pada sekolah gigi, pusat sekolah bisnis, perawatan rumah sakit akut); pengecualian adalah toko ban, contoh dari pengecer yang menawarkan campuran barang dagangan dan layanan. Carman mendapatkan sembilan faktor kualitas layanan, dengan menyimpulkan bahwa lima dimensi diidentifikasi oleh arasuraman et al. (1988) tidak dapat dilakukan secara umum pada kesemua penelitian, dan menyarankan agar instrumen diadaptasi dengan menambahkan item atau faktor yang berkaitan dengan situasi yang berbeda.

Finn dan Lamb (1991) melakukan pengujian SERQUAL pada empat jenis toko ritel yang ada. Dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori, Finn dan Lamb tidak dapat menemukan kecocokan dengan lima struktur faktor yang diusulkan dan dapat menyimpulkan bahwa SERVQUAL, tanpa dmodifikasi, tidak dapat digunakan sebagai ukuran kualitas layanan yang valid dalam pengaturan layanan ritel. Namun, pada penelitian tersebut tidak menawarkan alternatif struktur atau ukuran yang dapat diterima.

Konsep Pengukuran Kualitas Layanan Ritel (*Retail Service Quality Scale*)

Dikarenakan SERQUAL tidak memadai untuk mengukur persepsi kualitas pelayanan pelanggan pada toko ritel, juga dikarenakan kategori layanan yang digunakan untuk mengembangkan SERVQUAL sangat berbeda dari barang eceran

(Finn dan Lamb, 1991). Maka Dabholkar et al. (1996) menganalisis kekurangan model pengukuran kualitas layanan Parasuraman et al. (1988) pada model SERQUAL. Untuk mencari struktural faktor yang dapat sebagai ukuran perhitungan kualitas pelayanan ritel maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dengan tiga metode yang berbeda yaitu dengan wawancara fenomenologis, wawancara eksplorasi mendalam, dan memantau pelanggan melalui beberapa toko dengan mengevaluasi pengalaman pelanggan berbelanja. Adapun tujuan menggunakan teknik penelitian triangulasi ini untuk memndapatkan wawasan lebih mendalam tentang faktor-faktor penting bagi pelanggan dalam upaya mengevaluasi kualitas layanan toko ritel. Hasilnya menemukan pengukuran kualitas pelayanan toko yang lebih spesifik untuk pengukuran toko ritel dari pada kualitas pelananan SERQUAL yang dinamakan Skala Kualitas Pelayanan Ritel (*Retail Service Quality Scale*). Adapun dimensi kualitas pelayanan toko ritel tersebut adalah (1) dimensi aspek fisik yang terdiri dari dimensi aspek fisik yang terdiri dari sub dimensi fasilitas fisik dan sub dimensi kenyamanan pada tata letak fasilitas fisik; (2) dimensi keandalan terdiri dari subdimensi penepatan janji dan subdimensi melakukan dengan benar; (3) dimensi aspek interaksi pribadi yang terdiri dari subdimensi menginspirasi kepercayaan diri dan subdimensi bersikap sopan / membantu; (4) dimensi pemecahan masalah, yang membahas penanganan pengembalian dan pertukaran serta pengaduan, dan (5) dimensi kebijakan merupakan aspek kualitas layanan yang secara langsung

dipengaruhi oleh kebijakan toko. Kelima dimensi ini menjadi dasar dalam pengukuran kualitas pelayanan toko ritel beberapa penelitian.

Beberapa Penelitian Pengukuran Kualitas Layanan Ritel

Kaul (2007) melakukan penelitian pada 144 responden pada toko pakaian dewasa di kota Bangalore, India, menunjukkan bahwa dimensi dan sub-dimensi RSQS tidak dapat diidentifikasi dengan jelas, RSQS memiliki aplikasi diagnostik yang terbatas, akibatnya, pembeli eceran menemukan RSQS sebagai instrumen yang buruk untuk membantu mengidentifikasi area strategis yang dibutuhkan untuk meningkatkan tingkat layanan. RSQS tidak dapat diaplikasikan pada toko ritel India.

Nadiri dan Tümer (2009) melakukan penelitian pada 770 responden pada di toko-toko rantai ritel terbesar di Siprus Utara, Eropa. Dan RSQS terbukti valid pada pasar ritel di kawasan Siprus Utara, Eropa.

Das dan Kumar (2010) menyatakan bahwa penelitian yang dilakukan dengan menggunakan model *Retail Service Quality Scale* (RSQS) dapat dilakukan untuk mengukur kualitas layanan toko-toko ritel di daerah Kazakhstan yaitu negara Commonwealth of Independent States (CIS). Sampel penelitian ini dilakukan pada 220 pembeli dari department store, toko diskon, dan supermarket di kota Almaty, Kazakhstan, disurvei untuk memeriksa validitas dan reliabilitas pada lima dimensi (aspek fisik, keandalan, interaksi pribadi, penyelesaian masalah, dan kebijakan) dan enam sub-dimensi (penampilan, kenyamanan, janji, melakukannya dengan benar, menginspirasi

keyakinan, dan kesopanan / membantu) RSQS. Data penelitian divalidasi silang menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA). Metode regresi bertahap digunakan untuk mengidentifikasi dimensi dan sub-dimensi yang berkontribusi untuk meningkatkan basis pelanggan, dan analisis *reliability* didapat dengan hasil nilai Cronbach' α didapat diantara 0,6 dan 0,88. Penelitian ini menemukan bahwa struktur RSQS sangat cocok dalam pengaturan ritel Kazakhstan. Lima dimensi dan enam sub-dimensi bersama-sama memberikan manfaat yang signifikan dalam mengukur kualitas layanan ritel. Penelitian ini juga menemukan bahwa sementara semua dimensi dan sub-dimensi memiliki hubungan positif, dua dimensi (interaksi pribadi, aspek fisik) dan dimensi satu (dimensi kepercayaan) sangat terkait dengan peningkatan basis pelanggan melalui penjualan kembali pelanggan dan dari mulut ke mulut dari puas. Pelanggan.

Kumar dan Sikdar (2014) pada penelitian ini dilakukan konfirmasi secara empiris keandalan dan validitas RSQS dalam konteks lingkungan ritel India. Sebagai instrumen survei dasar, kuesioner berbasis RSQS standar yang dikembangkan oleh Dabholkar, Thorpe dan Rentz (1996) telah digunakan untuk penelitian ini. Skala ini terdiri dari lima konstruksi utama. Kuisisioner berbasis RSQS diberikan kepada 400 responden yang terdiri dari pelanggan yang sering datang dari gerai ritel pakaian terorganisir terkemuka yang memiliki kehadiran utama di Wilayah Modal Nasional India (NCR) pada khususnya dan India pada umumnya. Model RSQS dalam bentuk asli tidak valid pada lingkungan toko ritel India. Model empat faktor RSQS tidak termasuk

dimensi 'Policy' mengungkapkan hasil yang dapat diandalkan dan valid dalam konteks India. Model RSQS yang dimodifikasi menunjukkan indeks kecocokan model yang kuat pada toko ritel India.

Hasan (2017), studi ini berupaya untuk memvalidasi dan mengembangkan skala untuk toko ritel pakaian jadi, karena ada kebutuhan untuk mengembangkan dan memvalidasi instrumen yang dimodifikasi. Data primer telah dikumpulkan dari pengecer pakaian terorganisir yang dipilih. Alat statistik, analisis faktor eksplorasi (EFA) dan pemodelan persamaan struktural (SEM), diterapkan. Terungkap bahwa model Skala Kualitas Layanan Ritel (RSQS) dalam bentuk asli kurang dan kurang sesuai dalam konteks India, skala yang dimodifikasi (mis., Layanan Toko Pakaian & Skala Kualitas Produk [ASSPQS]) dapat menunjukkan model yang kuat cocok untuk sektor ritel pakaian. Temuan dan rekomendasi akan memungkinkan toko ritel untuk mengumpulkan wawasan tentang tingkat layanan dan kualitas produk saat ini dan dapat memfasilitasi mereka dalam peningkatan aspek-aspek tertentu dalam kualitas layanan dan produk toko.

Konalingam (2017) melakukan pengukuran dengan menggunakan model Retail Service Quality Scale (RSQS) pada 500 orang responden. Hasil menunjukkan bahwa, lima faktor / komponen yang diidentifikasi secara signifikan mempengaruhi RSQS di industri supermarket di Jaffna Sri Lanka. Dengan nilai Cronbach alpha keseluruhan adalah 0,818.

Leonard (2017) pada penelitian yang dilakukan pada 387

konsumen toko kelontong di Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi, Cibubur, dan Subang dengan menggunakan analisis data Structural Equation Modeling (SEM) di dapat bahwa lima indikator skala kualitas layanan ritel yang terdiri dari aspek fisik, keandalan, interaksi pribadi, pemecahan masalah dan kebijakan memberikan instrumen multi-item yang valid dalam mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas layanan di toko bahan makanan.

Najib dan Sosianika (2018) menguji Skala kualitas layanan ritel (RSQS) pada pasar tradisional, penelitian ini dilakukan terhadap 400 pembeli di 16 pasar tradisional di sekitar Bandung, Indonesia. Metode analisis data menggunakan lintas-divalidasi secara hierarkis menggunakan analisis faktor konfirmatori urutan pertama dan kedua. Penelitian ini menemukan bahwa struktur RSQS berlaku dalam pengaturan pasar tradisional Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi korelasi RSQS antara konstruk dan varians kuadrat mengekstraksi tujuh sub-dimensi yang terdiri dari penampilan, kenyamanan, janji, kepercayaan, kepercayaan, interaksi, pemecahan masalah dan kebijakan, namun, dua dimensi tersebut tidak valid, yaitu melakukan itu benar dan bermanfaat.

2. PEMBAHASAN

Seperti yang telah diuraikan tentang studi atau penelitian tentang kualitas pelayanan ritel, bahwa pengabdian kualitas pelayanan ritel ini tidak semua berhasil dilakukan, terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Kaul (2007) yang dilakukan di negara India gagal memvalidasi komponen pengukuran kualitas layanan ritel Dabholkar et al.

(1996) tanpa melakukan melakukan modifikasi atau tidak adanya perubahan pada model RSQS, terlihat bahwa model RSQS yang dilakukan tanpa adanya modifikasi model tidak cocok untuk kasus di negara India. Terbukti penelitian yang dilakukan oleh Kumar dan Sikdar (2014) dan penelitian Hasan (2017) dengan memodifikasi model tersebut, terbukti model tersebut cocok dilakukan oleh kedua peneliti di negara India.

Tetapi model ini juga diuji pada toko-toko ritel di negara Kazakhstan oleh Das dan Kumar (2010) dan juga dilakukan pengujian model di negara Sri Lanka oleh Konalingam (2017) terbukti model RSQS yang diuji tanpa adanya modifikasi cocok dilakukan pada kedua negara tersebut. Begitu juga yang dilakukan di Siprus Utara, bagian benua Eropa, yang dilakukan oleh Nadiri dan Tümer (2009), terbukti bahwa tidak adanya masalah dalam pengujian model RSQS di negara tersebut.

Untuk kasus Indonesia model ini juga diuji, yaitu oleh Leonnard (2017) pada kasus toko grosir dan oleh Najib dan Sosianika (2018) pada pasar tradisional modern. Hasilnya bahwa model RSQS yang dilakukan pengujian terbukti cocok atau valid.

3. KESIMPULAN

Model pengukuran kualitas layanan Parasuraman et al. (1988) atau SERVQUAL terbukti tidak dapat dilakukan secara umum, hal ini dikarenakan model penguran SERVQUAL hanya dapat dilakukan pada perusahaan atau kegiatan jasa murni dan tidak dapat dilakukan pada toko-toko ritel karena toko ritel berbeda dengan kegiatan jasa murni.

Model pengukuran kualitas layanan ritel Dabholkar et al. (1996) atau RSQS tidak semua cocok dilakukan pada semua tempat, terbukti RSQS tidak dapat dilakukan pada negara India tanpa memodifikasi model tersebut, tetapi model tersebut cocok dilakukan ditempat lain seperti di Siprus Utara, Kazakhstan, Sri Lanka dan Indonesia tanpa harus melakukan modifikasi model.

DAFTAR PUSTAKA

- Babakus, E., dan Boller, G. W. (1992). An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Business Research*, 24, 253-268.
- Babakus, E., dan Mangold, W. G. (1989). Adapting the SERVQUAL Sale to Hspital Services: An Empirical Investigation. *Health services research*, 26(767-786).
- Bowers, M., dan Swan, J. E. (1992). Generic versus service specific dimensions of service quality: does SERVQUAL cover hospital health care? *Unpublished manuscript, Birmingham, AL*.
- Brensinger, R. P., dan Lambert, D. M. (1990). "Can the SERVQUAL scale be generalized to business-to-business services?". *Knowledge Development in Marketing*, 289.
- Carman, J. M. (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of SERVQUAL Simensions. *Journal of retailing*, 66(1), 33-35.
- Cronin, J. J., dan Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A

- Reexamination and Extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., dan Rentz, J. O. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Das, A., dan Kumar, V. (2010). Retail Service Quality In Context of CIS Countries. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 27(6), 658-683.
- Finn, D. W., dan Lamb, C. W. (1991). An Evaluation of the Servqual Scales in a Retailing Setting. *Advances in Consumer Research*, 18, 483-490.
- Hasan, A. (2017). Examining Applicability of RSQS with Added Dimensions for Organized Apparel Retailers in India: Validation and Development of Scale. *Paradigm*, 21(1), 52-74.
- Kaul, S. (2007). Measuring Retail Service Quality: Examining Applicability of International Research Perspectives in India. *Vikalpa*, 32(1), 15-26.
- Konalingam, K. (2017). Determinants of Retail Service Quality: An Exploratory Factor Analysis Approach in Supermarket Context. *European Journal of Business and Management*, 9(31-49).
- Kumar, A., dan Sikdar, P. (2014). Retail Service Quality Assessment—A Scale Validation Study in Indian Perspective. *AIMA Journal of Management & Research*, 8(1/4), 0974-0497.
- Lassar, W. M., Manolis, C., dan Winsor, R. D. (2000). Service quality perspectives and satisfaction in private banking. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 244-271.
- Leonard, L. (2017). Measuring Grocery Stores Service Quality In Indonesia: A Retail Service Quality Scale Approach. *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*(26), 32-44.
- Nadiri, H., dan Tümer, M. (2009). Retail Service Quality And Behavioural Intentions: An Empirical Application of The Retail Servicequality Scale In Northern Cyprus. *E + M EKONOMIE A MANAGEMENT*, 2.
- Najib, M. F., dan Sosianika, A. (2018). Retail service quality scale in the context of Indonesian traditional market *International Journal of Business and Globalisation*, 21(1), 19-31.
- Parasurama, A., Zeitham, V. A., dan Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., dan Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Spreng, R. A., dan Singh, A. K. (1993). An empirical assessment of the

SERVQUAL scale and the relationship between service quality and satisfaction. *Enhancing knowledge development in marketing*, 4(1), 1-6.

Wisniewski, M. (2001). Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(6), 380-388.