

Eksplorasi Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar

^{*1}Marna, ²Hardi, ²Samsu Alam, ²Joseph Tumiwa

¹Prodi Bisnis Digital; Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

²Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

e-mail: ^{*1}marna7200@gmail.com, ²hardi@undipa.ac.id, ³alam@undipa.ac.id,

⁴tumiwajoseph@gmail.com

Abstrak

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, khususnya pada toko alat musik yang melayani konsumen baik secara langsung maupun melalui media sosial. Toko Gitar Store 2 Makassar memberikan pelayanan kepada konsumen melalui interaksi tatap muka dan komunikasi daring, namun tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan belum diketahui secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, serta memberikan rekomendasi perbaikan pelayanan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data diperoleh dari konsumen yang pernah berinteraksi atau bertransaksi dengan Toko Gitar Store 2 Makassar melalui teknik purposive sampling hingga mencapai kejenuhan data. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh responsivitas pelayanan, kejelasan informasi, sikap dan keramahan pelayanan, serta konsistensi dalam memberikan layanan. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Toko Gitar Store 2 Makassar dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci—Kepuasan Konsumen, Pelayanan, Toko Gitar, Kualitas Layanan

Abstract

Service quality is an important factor in creating customer satisfaction, particularly in musical instrument stores that serve customers both directly and through social media. Gitar Store 2 Makassar provides services through face-to-face interactions in the store and online communication; however, the level of customer satisfaction with the services provided has not been comprehensively identified. This study aims to explore customer satisfaction with the services of Gitar Store 2 Makassar, identify the factors influencing customer satisfaction, and formulate service improvement recommendations. This research employs a descriptive qualitative method. Data were collected from customers who had interacted or conducted transactions with Gitar Store 2 Makassar using purposive sampling until data saturation was achieved. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis was carried out through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, with data validity ensured through source and technique triangulation. The results indicate that customer satisfaction is influenced by service responsiveness, clarity of information, service attitude and friendliness, as well as consistency in service delivery. These findings are expected to serve as evaluation material for improving service quality in order to enhance customer satisfaction.

Keywords—Customer Satisfaction, Service, Guitar Store, Service Quality

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam perilaku konsumen dalam berinteraksi dengan pelaku usaha. Konsumen tidak lagi hanya mengandalkan kunjungan langsung ke toko untuk memperoleh informasi produk, tetapi juga memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi, membandingkan alternatif, serta menilai kualitas pelayanan sebelum mengambil keputusan pembelian. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk mampu memberikan pelayanan yang optimal baik secara langsung di toko maupun melalui media sosial agar dapat menciptakan kepuasan konsumen serta mempertahankan daya saing usaha.

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kepuasan konsumen. Dalam konteks penjualan alat musik, pelayanan memiliki peran yang sangat penting karena konsumen umumnya membutuhkan informasi teknis mengenai produk, konsultasi terkait kebutuhan alat musik, serta rekomendasi yang sesuai dengan tingkat kemampuan mereka. Oleh karena itu, kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan respon, kejelasan informasi, sikap pelayanan, serta konsistensi dalam melayani konsumen. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen [1].

Dalam praktik bisnis ritel saat ini, pelayanan kepada konsumen dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu pelayanan secara langsung (offline) dan pelayanan secara daring (online). Pelayanan offline merupakan bentuk pelayanan yang diberikan melalui interaksi tatap muka antara karyawan dan konsumen di lokasi fisik usaha. Interaksi langsung memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk secara lebih jelas, melihat produk secara langsung, serta memperoleh respon yang cepat dari karyawan toko. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan offline yang mencakup keramahan, kecepatan respon, serta kemampuan karyawan dalam memberikan informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam konteks ritel fisik [2]. Selain itu, lingkungan fisik toko seperti kebersihan, kenyamanan, dan penataan produk juga berperan penting dalam membentuk pengalaman berbelanja konsumen.

Di sisi lain, perkembangan internet telah mendorong munculnya pelayanan online yang memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk dan berkomunikasi dengan penjual tanpa harus datang langsung ke toko. Pelayanan online umumnya dilakukan melalui berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, maupun aplikasi pesan instan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan online dipengaruhi oleh beberapa dimensi utama seperti reliability, responsiveness, security, dan fulfilment yang menentukan bagaimana konsumen menilai kualitas layanan digital yang diberikan [3]. Selain itu, kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam menentukan efektivitas pelayanan online dalam memenuhi kebutuhan konsumen [4].

Media sosial menjadi salah satu platform yang paling banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Media sosial memungkinkan pelaku usaha menyampaikan informasi produk, merespons pertanyaan pelanggan, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, serta meningkatkan kepuasan pelanggan [5].

Salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan pelaku usaha menampilkan produk melalui foto dan video serta berinteraksi langsung dengan konsumen melalui fitur komentar, direct message (DM), dan Instagram story. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti unggahan foto produk, caption informatif, hashtag, serta komunikasi melalui direct message dapat meningkatkan interaksi antara penjual dan konsumen serta memperkuat persepsi positif terhadap usaha yang dijalankan [6]. Selain itu, kualitas konten visual, konsistensi unggahan, dan kecepatan respon admin juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengguna media sosial [7].

Pemanfaatan Instagram dalam kegiatan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana pelayanan online yang memungkinkan terjadinya komunikasi

dua arah antara pelaku usaha dan konsumen. Fitur-fitur seperti direct message, komentar, dan story memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk secara cepat serta menyampaikan pertanyaan atau keluhan secara langsung. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelayanan melalui media sosial yang responsif dan informatif dapat meningkatkan kepuasan konsumen serta mendorong terjadinya pembelian ulang [8].

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kepuasan konsumen muncul ketika kinerja layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen. Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman konsumen selama proses interaksi dengan penyedia layanan, baik melalui pelayanan offline maupun [9]. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan konsumen serta berpengaruh terhadap niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang [10].

Meskipun berbagai penelitian telah membahas kualitas pelayanan baik secara offline maupun online, sebagian besar penelitian tersebut masih mengkaji kedua jenis pelayanan tersebut secara terpisah. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji konsistensi pelayanan antara offline dan online dalam satu unit usaha, terutama pada konteks toko alat musik yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana pelayanan, masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) terkait bagaimana integrasi dan konsistensi pelayanan multi-channel memengaruhi kepuasan konsumen secara menyeluruh.

Sejalan dengan hal tersebut, berdasarkan pengamatan awal dan pengalaman sebagian konsumen, pelayanan yang diberikan oleh Toko Gitar Store 2 Makassar belum sepenuhnya dirasakan secara konsisten. Sebagian konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, namun terdapat pula konsumen yang menilai adanya beberapa kekurangan seperti respon yang kurang cepat, informasi yang belum lengkap, serta komunikasi yang kurang konsisten antara pelayanan melalui media sosial dan pelayanan langsung di toko. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar perlu dikaji secara lebih mendalam karena ketidakkonsistenan pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar serta mengidentifikasi faktor-faktor pelayanan yang memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pengalaman dan persepsi konsumen secara mendalam terhadap pelayanan yang diberikan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian mengenai kepuasan konsumen serta menjadi bahan evaluasi bagi Toko Gitar Store 2 Makassar dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pemahaman terhadap fenomena sosial dengan mengumpulkan data pada kondisi alamiah serta menggunakan analisis deskriptif dan induktif [11]. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan offline dan online pada Gitar Store 2 Makassar, serta untuk menggambarkan secara mendalam pengalaman dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2025 sampai Januari 2026 di Kota Makassar. Lokasi ini dipilih karena Gitar Store 2 Makassar menerapkan sistem pelayanan secara langsung di toko serta melalui media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi dengan konsumen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik toko, karyawan/admin media sosial, serta konsumen yang pernah berbelanja secara offline maupun online. Observasi dilakukan dengan mengamati proses pelayanan di toko dan interaksi melalui Instagram. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto kegiatan pelayanan dan tangkapan layar komunikasi dengan konsumen.

Teknik Triangulasi merupakan penggunaan berbagai sumber data, metode, teori, atau peneliti untuk memeriksa dan mengonfirmasi temuan penelitian sehingga dapat meningkatkan keabsahan data [12]. Dalam penelitian ini, proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, serta menyederhanakan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan peneliti dalam memahami temuan penelitian. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan menginterpretasikan data yang telah disajikan untuk menemukan makna serta menjawab rumusan masalah penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Toko Gitar Store 2 Makassar.

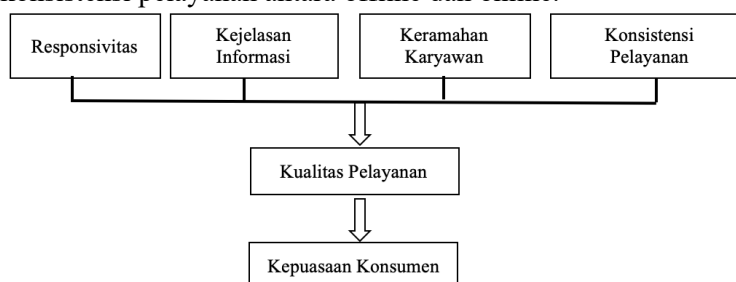
Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber digunakan untuk membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas hasil penelitian [13]. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi [14]. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan cara membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan keabsahan data penelitian.

2.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Gitar Store 2 Makassar, baik pelayanan secara langsung di toko maupun pelayanan melalui Instagram. Penelitian ini tidak membahas aspek keuangan perusahaan maupun strategi pemasaran secara menyeluruh, melainkan difokuskan pada kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen dalam menerima layanan.

2.2 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Gitar Store 2 Makassar meliputi aspek responsivitas, kejelasan informasi produk, keramahan dan sikap karyawan, serta konsistensi pelayanan antara offline dan online.



Gambar 1 Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Toko Gitar Store 2 Makassar. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh beberapa aspek utama yaitu responsivitas, kejelasan informasi, keramahan karyawan, dan konsistensi pelayanan. Responsivitas berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam merespons kebutuhan, pertanyaan, maupun keluhan konsumen secara cepat dan tepat. Kejelasan informasi berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Selain itu, keramahan karyawan juga menjadi faktor penting dalam kualitas pelayanan karena sikap ramah dan sopan dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi

konsumen. Aspek lainnya adalah konsistensi pelayanan, yaitu kesesuaian pelayanan yang diberikan baik secara langsung di toko (offline) maupun melalui media sosial atau layanan online. Konsistensi ini penting untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko.

Keempat aspek tersebut secara bersama-sama membentuk kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Gitar Store 2 Makassar. Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan melalui berbagai aspek tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Toko Gitar Store 2 Makassar.

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan yang baik melalui responsivitas, kejelasan informasi, keramahan karyawan, dan konsistensi pelayanan dapat memberikan pengalaman positif bagi konsumen sehingga berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Aspek-aspek tersebut diasumsikan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Sebaliknya, ketidakkonsistenan atau keterlambatan pelayanan dapat menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, kerangka berpikir ini menjadi landasan dalam proses pengumpulan data dan analisis untuk menjelaskan bagaimana pelayanan yang diberikan berkontribusi terhadap pembentukan kepuasan konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Karakteristik Informan

Informan pada penelitian ini terdiri dari 8 (delapan) informan utama, 1 (satu) informan tambahan dan 1 (satu) informan kunci. Pada informan utama yaitu seorang konsumen, informan tambahan yaitu karyawan, dan informan kunci yaitu Pemilik toko.

3.1.2 Pelayanan offline dan online

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, pelayanan secara langsung di Toko Gitar Store 2 Makassar dinilai cukup baik. Konsumen menyampaikan bahwa karyawan toko bersikap ramah, komunikatif, dan tidak memaksa konsumen untuk langsung melakukan pembelian.

Konsumen juga diberikan kesempatan untuk bertanya serta mencoba gitar sebelum membeli. Hal tersebut membuat konsumen merasa lebih yakin terhadap produk yang akan dipilih. Selain itu, suasana toko yang santai membuat konsumen merasa lebih nyaman saat berbelanja. Ringkasan temuan mengenai pelayanan offline dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Ringkasan temuan pelayanan offline

Aspek Pelayanan	Temuan Penelitian	Dampak Terhadap Konsumen
Sikap karyawan	Ramah dan komunikatif	Konsumen merasa nyaman
Interaksi pelayanan	Tidak memaksa konsumen membeli	Konsumen bebas memilih produk
Kesempatan mencoba produk	Konsumen dapat mencoba gitar	Meningkatkan keyakinan terhadap produk
Suasana toko	Santai dan nyaman	Meningkatkan pengalaman berbelanja

Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan offline yang ramah dan komunikatif mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Toko Gitar Store 2 Makassar.

3.1.3 Pelayanan online melalui Instagram

Selain pelayanan secara langsung di toko, Toko Gitar Store 2 Makassar juga memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi dengan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian konsumen menyampaikan bahwa Instagram membantu mereka memperoleh informasi awal mengenai harga, stok produk, serta jenis gitar yang tersedia.

Namun demikian, beberapa konsumen juga menyampaikan bahwa respon admin terkadang membutuhkan waktu yang cukup lama karena banyaknya pesan yang masuk. Hal ini menyebabkan konsumen harus menunggu sebelum memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Meskipun demikian, konsumen menilai bahwa informasi yang disampaikan melalui Instagram cukup jelas dan membantu mereka sebelum datang langsung ke toko.

Tabel 2 Ringkasan temuan pelayanan online

Aspek Pelayanan	Temuan Penelitian	Dampak Terhadap Konsumen
Informasi produk	Harga dan jenis produk tersedia	Membantu konsumen memperoleh informasi awal
Komunikasi melalui DM	Digunakan untuk bertanya produk	Mempermudah interaksi dengan toko
Kecepatan respon	Respon terkadang lambat	Konsumen harus menunggu balasan
Kejelasan informasi	Informasi cukup jelas	Membantu Keputusan pembelian

Temuan ini menunjukkan bahwa Instagram berperan sebagai media komunikasi awal antara toko dan konsumen, meskipun kecepatan respon masih perlu ditingkatkan.

3.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar. Faktor tersebut meliputi sikap karyawan, kejelasan informasi produk, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan saat berbelanja.

Konsumen merasa lebih puas ketika dilayani dengan sikap yang ramah dan diberikan informasi produk secara jelas. Selain itu, kecepatan pelayanan serta kesempatan mencoba produk juga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik.

Tabel 3 Faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen

Aspek Pelayanan	Temuan Penelitian	Dampak Terhadap Konsumen
Keramahan karyawan	Karyawan bersikap ramah dan sopan	Konsumen merasa dihargai
Kejelasan informasi	Informasi produk dijelaskan dengan baik	Mempermudah keputusan pembelian
Kecepatan pelayanan	Pelayanan cepat meningkatkan kenyamanan	Konsumen merasa diperhatikan
Kenyaman toko	Pelayanan offline dan online diharapkan sama	Meningkatkan kepercayaan konsumen

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas interaksi pelayanan serta pengalaman yang diperoleh selama proses berbelanja.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara dengan konsumen, pelayanan offline yang diberikan oleh Toko Gitar Store 2 Makassar dinilai mampu memberikan kepuasan bagi konsumen. Konsumen menyampaikan bahwa sikap karyawan yang ramah, sopan, serta tidak memaksa dalam menawarkan produk menjadi faktor utama yang membuat mereka merasa

nyaman saat berbelanja. Interaksi yang terjalin antara karyawan dan konsumen juga memberikan ruang bagi konsumen untuk bertanya serta mempertimbangkan produk yang akan dibeli. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas interaksi pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen. Kualitas pelayanan yang baik ditunjukkan melalui sikap ramah, responsif, serta kemampuan memberikan perhatian kepada konsumen sehingga mampu menciptakan kepuasan pelanggan [15].

Selain itu, konsumen juga diberikan kesempatan untuk mencoba gitar sebelum melakukan pembelian. Kesempatan ini memberikan pengalaman berbelanja yang lebih meyakinkan karena konsumen dapat menilai secara langsung kualitas produk sesuai dengan kebutuhan mereka. Pelayanan yang bersifat interaktif seperti ini mampu membangun hubungan yang lebih positif antara toko dan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan konsumen dalam proses pembelian dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap produk yang akan dibeli.

Kenyamanan suasana toko juga menjadi faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Lingkungan toko yang santai dan tidak menegangkan membuat konsumen merasa lebih betah ketika berada di dalam toko. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek lingkungan fisik dalam pelayanan turut memengaruhi pengalaman konsumen saat berbelanja. Kualitas pelayanan dan suasana tempat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Selain itu, kemampuan karyawan dalam menjelaskan produk secara jelas dan informatif juga membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian [16]. Penjelasan produk yang komunikatif menunjukkan adanya perhatian terhadap kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya. Dengan demikian, pelayanan offline yang baik melalui sikap karyawan, kenyamanan lingkungan toko, serta kesempatan mencoba produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Toko Gitar Store 2 Makassar.

Selain pelayanan langsung di toko, pelayanan online melalui media sosial Instagram juga menjadi sarana komunikasi antara toko dan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen menyatakan bahwa Instagram memudahkan mereka dalam memperoleh informasi mengenai harga produk, ketersediaan stok, serta jenis gitar yang tersedia sebelum datang langsung ke toko. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai sarana komunikasi awal antara konsumen dan pihak toko. Namun demikian, beberapa konsumen menyampaikan bahwa kecepatan respon admin masih perlu ditingkatkan. Balasan pesan yang terkadang membutuhkan waktu cukup lama dapat menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen yang membutuhkan informasi secara cepat. Meskipun demikian, konsumen menilai bahwa informasi yang diberikan oleh admin sudah cukup jelas dan informatif ketika pesan telah dibalas. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan online telah berfungsi sebagai media penyedia informasi awal bagi konsumen.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, termasuk pelayanan digital, memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap keunggulan layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen [17]. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan online, khususnya dalam hal kecepatan respon dan konsistensi pelayanan, menjadi hal penting untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Toko Gitar Store 2 Makassar. Faktor pertama adalah sikap dan keramahan karyawan, Perilaku dan hubungan karyawan dengan konsumen merupakan faktor penting dalam kualitas pelayanan. Sikap ramah, komunikasi yang baik, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan terbukti berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen [18]. Konsumen merasa lebih nyaman ketika dilayani oleh karyawan yang ramah dan komunikatif karena sikap pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang positif. Faktor kedua adalah kejelasan informasi produk. Informasi mengenai harga, kualitas, serta spesifikasi produk membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sehingga konsumen merasa lebih yakin terhadap produk yang akan dibeli. Faktor berikutnya adalah kecepatan respon pelayanan, baik secara offline maupun online. Pelayanan yang cepat membuat konsumen merasa

diperhatikan, sedangkan keterlambatan respon dapat menurunkan tingkat kepuasan konsumen. Selain itu, kenyamanan saat berbelanja juga menjadi faktor penting karena lingkungan toko yang nyaman serta kesempatan mencoba produk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan bagi konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menjelaskan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti responsiveness, reliability, dan empathy memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain faktor-faktor tersebut, konsistensi pelayanan antara saluran offline dan online juga menjadi aspek penting dalam membentuk kepuasan konsumen secara menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen merasakan pelayanan offline yang lebih cepat, ramah, dan komunikatif dibandingkan dengan pelayanan online melalui Instagram. Perbedaan pengalaman ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada kedua saluran belum sepenuhnya konsisten. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan offline cenderung mengharapkan pengalaman yang sama ketika berinteraksi melalui media sosial. Penelitian menyatakan bahwa konsistensi pengalaman pelanggan antara saluran online dan offline merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen serta mendorong loyalitas pelanggan. Selain itu, konsep pemasaran omnichannel juga menekankan pentingnya integrasi pengalaman konsumen antara saluran online dan offline agar konsumen memperoleh pengalaman berbelanja yang lebih terpadu.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap Toko Gitar Store 2 Makassar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan baik secara offline maupun online. Pelayanan offline yang ramah, informatif, serta didukung oleh suasana toko yang nyaman mampu menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen. Sementara itu, pelayanan online melalui Instagram berperan sebagai media komunikasi awal yang membantu konsumen memperoleh informasi produk sebelum melakukan pembelian secara langsung. Oleh karena itu, peningkatan konsistensi pelayanan antara saluran offline dan online perlu dilakukan agar konsumen memperoleh pengalaman pelayanan yang lebih baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Eksplorasi Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Gitar Store 2 Makassar secara umum tergolong baik. Konsumen menilai pelayanan yang diberikan cukup memuaskan, terutama pelayanan secara langsung di toko yang dinilai ramah, informatif, serta memberikan kenyamanan bagi konsumen selama proses berbelanja.
- b. Pelayanan secara offline memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan pelayanan online. Interaksi langsung antara konsumen dan karyawan memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk secara lebih jelas, melakukan komunikasi yang lebih efektif, serta mencoba produk sebelum melakukan pembelian.
- c. Pelayanan online melalui media sosial Instagram memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh informasi awal terkait produk dan harga. Hal ini menjadi salah satu kelebihan pelayanan karena memudahkan konsumen mengakses informasi tanpa harus datang langsung ke toko.
- d. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kekurangan dalam pelayanan, khususnya pada pelayanan online. Kecepatan respon admin yang belum konsisten menjadi kendala yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam memperoleh informasi secara cepat. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu sikap dan keramahan karyawan, kejelasan informasi produk, kecepatan respon pelayanan, kenyamanan saat berbelanja, serta konsistensi pelayanan antara pelayanan offline dan online.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan sehingga diperlukan pengembangan pada penelitian selanjutnya, yaitu:

- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan jumlah informan yang lebih banyak agar data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan toko alat musik.
- b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, seperti kualitas produk, harga, promosi, dan loyalitas pelanggan sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.
- c. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada satu toko alat musik, tetapi pada beberapa toko alat musik lainnya sehingga dapat dilakukan perbandingan mengenai kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen.
- d. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan metode yang berbeda, seperti metode kuantitatif atau metode campuran (mixed method), untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih mendalam mengenai kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Toko Gitar Store 2 Makassar yang telah memberikan izin penelitian serta kepada para informan yang telah bersedia memberikan informasi yang diperlukan. Apresiasi juga disampaikan kepada dosen pembimbing dan semua pihak yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. O. Sri Suryani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Stefani City Hotel Pekanbaru," vol. 9, pp. 1–14, 2022.
- [2] D. I. K. Sumenep, "Fakultas ekonomi dan bisnis universitas wiraraja - madura," vol. 11, no. 2, pp. 130–146, 2021.
- [3] J. Ilmiah and E. Islam, "Dimensi E-Servqual dan Dampaknya Terhadap E-Satisfaction Layanan Mobile Banking," vol. 7, no. 02, pp. 679–686, 2021.
- [4] E. A. Restuti, R. Nurhapsari, E. Sholihah, and M. U. Dewi, "Kualitas Pelayanan , Kualitas Sistem , Kualitas Informasi , Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Shopee : Suatu Persepsi Mahasiswa Akuntansi STIE Stekom Dan Universitas Stekom," vol. 5, no. 2, pp. 323–333, 2025.
- [5] D. U. Wahyuni and M. Lestari, "Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Online dalam Keputusan Pembelian Pengguna Produk Shopee di Surabaya," vol. 17, no. 2, pp. 52–62, 2024.
- [6] P. Media, S. Instagram, P. Desa, and W. Banjarejo, "Jurnal Impresi Indonesia (JII)," vol. 2, no. 7, pp. 651–663, 2023, doi: 10.58344/jii.v2i7.3293.
- [7] A. P. Sutrisno and I. D. Mayangsari, "Inggar," *J. Common*, vol. 5, no. 2, pp. 118–133, 2022.
- [8] D. Apriliani, N. B. S, R. Febila, and V. F. Sanjaya, "Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Pengaruh kepuasan pelanggan , brand image , dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard," vol. 1, no. 1, pp. 20–30.
- [9] 3Ajeng Karunia Ramadhani 1Meilana Widyarningsih, 2Novia Mayasari, "PENGARUH RELIABILITY, RESPONSIVENESS, SECURITY AND SAFETY TERHADAP

- SATISFACTION NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA PADA MASYARAKAT SOLO RAYA,” vol. 12, pp. 152–164.
- [10] S. Gomies and V. F. Nahuway, “KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN,” vol. 2, no. 2, pp. 422–434, 2023.
- [11] S. Anelda Ultavia B1, Putri Jannati2, Fildza Malahati3, Qathrunnada4, “KUALITATIF : MEMAHAMI KARAKTERISTIK PENELITIAN SEBAGAI METODOLOGI Anelda,” vol. 11, no. 2, pp. 341–348, 2023.
- [12] M. R. Fadli, “Memahami desain metode penelitian kualitatif,” vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.
- [13] A. A. Mekarisce and U. Jambi, “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat Data Validity Check Techniques in Qualitative Research in Public Health,” vol. 12, no. 33.
- [14] U. Sriwijaya, “SENI MENGELOLA DATA : PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK , SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL,” vol. 5, no. 2, pp. 146–150, 2020.
- [15] Agatha Amalia Rosita, Yitno Purwoko, and Andhyka Murti, “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Goebog Resto, Yogyakarta),” *J. Tour. Econ.*, vol. 5, no. 1, pp. 97–106, 2022, doi: 10.36594/jtec/z42cwg05.
- [16] P. K. Pelayanan, K. Konsumen, T. Westin, and S. Ubud, “The Effect of Quality of Services , Facilities , and Physical Environment on Customer Satisfaction Staying at The Westin Resort & Spa Ubud , Bali,” vol. 1, no. 2, pp. 179–188, 2022.
- [17] A. S. Hadmar, “Jmsab 185,” vol. 5, no. 2, pp. 185–194.
- [18] C. Mandey and D. W. Mandagi, “Employee Relations And Customer Satisfaction : A Systematic Review Hubungan Karyawan Dan Kepuasan Pelanggan : Tinjauan Sistematis,” vol. 7, no. 3, pp. 2082–2100, 2026.