



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SWALAYAN ADA BOGOR**

Skripsi

Dibuat oleh :
Reza Septian Anggara
021118016

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

JUNI 2023



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN SWALAYAN ADA BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)



Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SWALAYAN ADA BOGOR

Skripsi

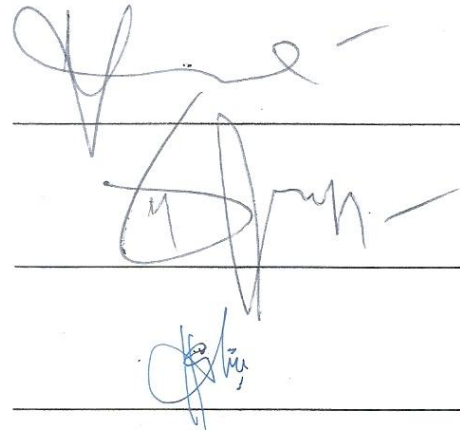
Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada hari Senin, 26 Juni 2023

Reza Septian Anggara
021118016

Ketua Penguji Sidang
(Dr. Ir. Yuary Farradia, MSc)

Ketua Komisi Pembimbing
(Towaf Totok Irawan, SE., ME.)

Anggota Komisi Pembimbing
(Salmah, SE., MM.)



The image shows three handwritten signatures in blue ink, each written over a horizontal line. The top signature is the most prominent and appears to be 'Dr. Ir. Yuary Farradia'. The middle signature is less legible but appears to be 'Towaf Totok Irawan'. The bottom signature is also less legible but appears to be 'Salmah'.

LAMPIRAN KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PAKUAN

Nomor : /KEP/REK/I/2021

**Tentang : PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER
INFORMASI SERTA PELIMPAHAN KEKAYAAN
INTELEKTUAL DI UNIVERSITAS PAKUAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Septian Anggara

NPM : 021118016

Judul Skripsi/Tesis Desertasi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
Konsumen Swalayan Ada Bogor

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir Skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, Juni 2023



Reza Septian Anggara
021118016

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

ABSTRAK

REZA SEPTIAN ANGGARA. 021118016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Ada Bogor. Dibawah bimbingan: TOWAF TOTOK IRAWAN dan SALMAH. 2023.

Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan hilang satu demi satu, hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan konsumen yang tinggi sajalah yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang demi kelangsungan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan di Swalayan Ada Cabang Bogor, untuk mengetahui kepuasan konsumen di Swalayan Ada Cabang Bogor, untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada di Swalayan Ada Cabang Bogor. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel penelitian ini sebanyak 94 pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari lima indikator adalah 80% sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada kategori sangat baik, variabel kepuasan konsumen, total skor rata-rata dari empat indikator tersebut adalah 79% sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada kategori sangat puas, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Ada. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig untuk pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $17,722 > 1,986$. Nilai koefisien determinasi sebesar 77,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan sebesar 77,3%, sedangkan sisanya sebesar 22,7% ($100\% - 77,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak peneliti teliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Ada Bogor”**.

Dalam pembuatan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangan, baik dari segi materi, bahasa dan pembahasan yang semua itu disebabkan dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sehingga dapat dijadikan masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan penulis agar bisa menjadi lebih baik.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, pada kesempatan kali ini perkenankan penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. rer. Pol. Ir. H. Didik Notosudjono, M,Sc., Selaku Rektor Universitas Pakuan.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
3. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Ibu Tutus Rully, SE, MM, Selaku Asisten Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
5. Bapak Towaf Totok Irawan, SE.,ME. Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan motivasi pada penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Salmah, SE., MM. Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan motivasi pada penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha, dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
8. Ibu Weni Nanda Aulia selaku pimpinan dan karyawan Swalayan Ada yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini
9. Bapak dan Ibu tercinta, Bapak Holil dan Ibu Eha yang senantiasa selalu memberikan do'a kasih sayang, serta dukungannya baik moral maupun material sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Kaka saya Haldi Trisnayanda dan Adik saya Lola Aulia Lestari dan Felisia Nur Maulidiani dan Kakak Ipar saya Ary Mulyatinningsih dan keluarga besar saya lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan do'a dan dukungannya.
11. Sahabat-sahabat saya yang selalu mendukung dan membantu : Farris, Evan, Hendro, Ziddan, Aldi, Aldi Queen, Jamal, Tama, Dhika, Ajis, Resbi.

12. Kelas A Manajemen 2018 yang telah menemani dan memberikan warna-warni kehidupan perkuliahan.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2018 Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu terimakasih atas semangatnya.

Semoga semua bantuan, bimbingan, doa, dukungan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi pijakan bagi penulis untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang.

Bogor, Juni 2023



Reza Septian Anggara

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1. Maksud Penelitian	7
1.3.2. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Kegunaan Praktis	7
1.4.2. Kegunaan Akademis	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.2. Pengertian Pemasaran	9
2.2. Bauran Pemasaran	10
2.2.1. Fungsi Pemasaran	11
2.3. Jasa	12
2.3.1. Pengertian Jasa	12
2.3.2. Karakteristik Jasa	12
2.4. Kualitas Pelayanan	13
2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.4.2. Dimensi dan Pengukuran Kualitas Pelayanan	13
2.5. Kepuasan Konsumen	16
2.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	16
2.5.2. Dimensi dan Pengukuran Kepuasan Konsumen	17
2.5.3. Indikator Kepuasan Konsumen	18
2.6. Penelitian sebelumnya dan kerangka pemikiran	19
2.6.1. Penelitian Sebelumnya	19
2.6.2. Kerangka Pemikiran	21
2.7. Hipotesis Penelitian	22
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	23

3.1. Jenis Penelitian	23
3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian.....	23
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	23
3.3.1. Jenis Data Penelitian.....	23
3.3.2. Sumber Data Penelitian	23
3.4. Operasional Variabel	24
3.5. Metode Penarikan Sampel	26
3.6. Metode Pengumpulan Data	26
3.7. Metode Pengolahan Data / Analisis Data	27
3.7.1. Uji Validitas.....	27
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	28
3.8. Analisis Deskriptif.....	28
3.9. Metode Analisis	29
3.9.1. Uji Asumsi Klasik	29
3.9.2. Uji Normalitas	29
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas	29
3.9.4. Koefisien Determinasi	29
3.9.5. Uji Hipotesis (t)	30
3.9.6. Uji Koefisien Determinasi / R Square (R^2)	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.2. Profil Responden	31
4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
4.3.1. Variabel Kualitas Pelayanan.....	33
4.3.2. Variabel Kepuasan Konsumen.....	34
4.4. Analisis Data	35
4.4.1. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	35
4.4.2. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	47
4.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	56
4.4.4. Uji Hipotesis.....	58
4.5. Pembahasan.....	59
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	66
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Hypermarket di Wilayah Kota Bogor Tahun 2017-2021..... 3
Tabel 1.2	Data Penjualan Ada Swalayan..... 3
Tabel 1.3	Target dan Realisasi Penjualan Swalayan Ada..... 4
Tabel 1.4	Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen Ada Swalayan..... 5
Tabel 1.5	Hasil Pra Survey Keluhan Konsumen Ada Swalayan..... 5
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya..... 19
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Ada”..... 24
Tabel 3.2	Skala Likert..... 27
Tabel 3.3	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha..... 28
Tabel 3.4	Kriteria Tanggapan Responden..... 29
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 31
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 32
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 32
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)..... 33
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)..... 33
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 34
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)..... 34
Tabel 4.8	Petugas kasir Swalayan Ada melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat 35
Tabel 4.9	Produk yang dijual di Swalayan Ada berkualitas dan bervariasi..... 36
Tabel 4.10	Petugas kasir dan karyawan Swalayan Ada melayani pelanggan dengan ramah..... 36
Tabel 4.11	Karyawan Swalayan Ada cepat tanggap dalam menangani masalah... 37
Tabel 4.12	Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan baik keluhan pelanggan 38
Tabel 4.13	Karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan 39
Tabel 4.14	Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya 39

Tabel 4.15	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada	40
Tabel 4.16	Karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	41
Tabel 4.17	Karyawan Swalayan Ada meluangkan waktu dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan	42
Tabel 4.18	Para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	42
Tabel 4.19	Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan	43
Tabel 4.20	Kebersihan toko dan kenyamanan dalam berbelanja baik dari segi fasilitas (AC, keranjang, troli).....	44
Tabel 4.21	Penampilan karyawan dan petugas kasir rapih dan bersih.....	45
Tabel 4.22	Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas.....	45
Tabel 4.23	Hasil dan Rata – Rata Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan (X)...	46
Tabel 4.24	Sebaran Nilai Interval Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.25	Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan....	47
Tabel 4.26	Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	48
Tabel 4.27	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada	49
Tabel 4.28	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan	49
Tabel 4.29	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	50
Tabel 4.30	Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon.....	51
Tabel 4.31	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan	51
Tabel 4.32	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.....	52
Tabel 4.33	Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen	53
Tabel 4.34	Ketidakpuasan terhadap harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk yang di tawarkan.....	53

Tabel 4.35	Produk dan fasilitas yang diberikan oleh Swalayan Ada tidak lengkap ..	54
Tabel 4.36	Hasil dan Rata – Rata Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y).....	55
Tabel 4.37	Sebaran Nilai Interval Kepuasan Konsumen	56
Tabel 4.38	Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.39	Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.40	Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Indonesia (2012-2022)	1
Gambar 1.2 Perkembangan Jumlah Hypermarket di Indonesia tahun 2017-2021	2
Gambar 1.3 Data Penjualan Ada Swalayan Bogor	4
Gambar 2.1 Desain Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Scatterplot Heteroskedastisitas.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	67
Lampiran 2 Pengantar Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Uji Validitas	72
Lampiran 4 Tabulasi Hasil Kuesioner	74

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini, proses perkembangan di dalam dunia usaha pun semakin pesat dengan begitu persaingan yang terjadi di dunia usaha turut semakin ketat. Dengan adanya persaingan pasar yang ketat ini sebuah organisasi/perusahaan di haruskan untuk dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk dapat beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar saat ini. Keadaan dunia usaha berubah cukup dinamis seiring dengan perubahan selera dan gaya hidup konsumen serta perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya. Kebutuhan konsumen yang terus-menerus meningkat menjadi sebuah peluang bagi para pelaku usaha, hal itu menimbulkan sebuah dasar pemikiran bagi para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan para konsumen sehingga konsumen tidak berpaling ke pesaing yang lain.

Perkembangan zaman mempengaruhi gaya hidup masyarakat, sehingga akan mempengaruhi pola hidup dalam berbelanja. Semula mereka berbelanja di pasar tradisional kini beralih ke pasar swalayan modern yang lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan saat berbelanja. Saat ini pelanggan cukup kritis dalam menilai suatu produk (barang dan jasa), mereka akan lebih memperhatikan kepuasan.



Gambar 1.1. Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Indonesia (2012-2022)

Sumber: DataIndonesia.id

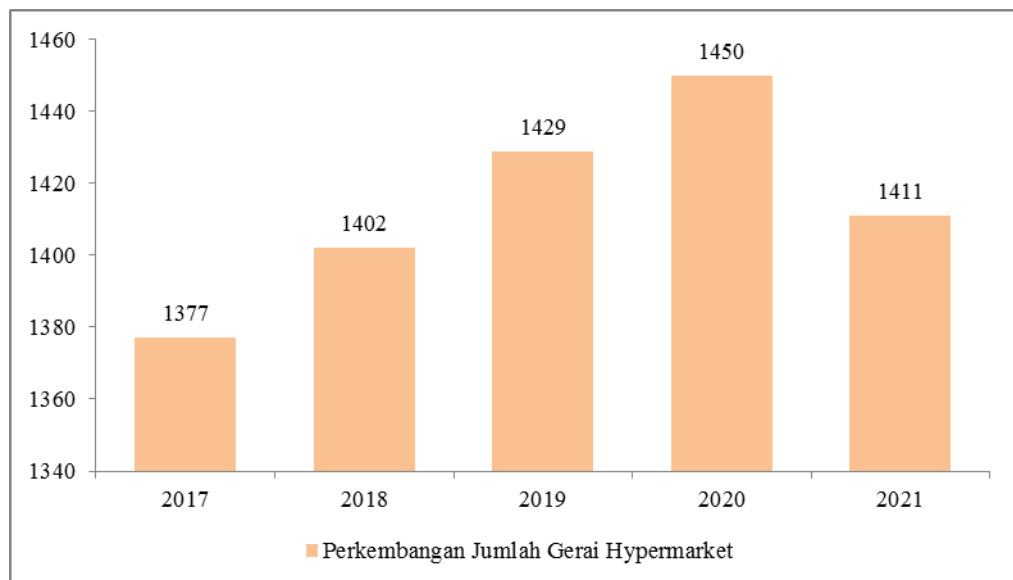
Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, pengeluaran untuk konsumsi rumah tangga Indonesia tumbuh 4.93% pada 2022. Pertumbuhan itu lebih tinggi 2,91% poin dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 2,02%. Namun, pertumbuhan konsumsi rumah tangga Indonesia pada 2022 masih lebih rendah

dibandingkan sebelum adanya pandemi Covid-19. Pada 2012-2019 rata-rata pertumbuhan konsumsi rumah tangga Indonesia terpantau sebesar 5,13%.

Saat ini pelanggan mulai mengenal toko-toko yang lebih memperhatikan kebutuhan yang selama ini belum terlihat, yaitu kondisi yang lebih baik dalam berbelanja seperti kebersihan, tata ruang, pelayanan karyawan, display produk serta kelengkapan barang. Pelanggan berharap tempat-tempat berbelanja dapat memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Di samping itu juga dapat membuatnya lebih efektif dan efisien baik dalam hal waktu, biaya, kemudahan mendapatkan barang dan lain sebagainya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) Hypermarket adalah bentuk pasar modern dengan luas toko sampai 220.000 kaki persegi yang menggabungkan pasar swalayan, pengecer diskon dan pengecer Gudang. Ragam produknya lebih dari sekedar barang-barang yang rutin dibeli dan cenderung beragam.

Perkembangan jumlah Hypermarket di Indonesia tahun 2017-2022 mengalami perkembangan cukup signifikan. Adapun perkembangan hypermarket dapat pada gambar berikut:



Gambar 1.2 Perkembangan jumlah Hypermarket di Indonesia tahun 2017-2021

Data di atas menunjukkan pertumbuhan jumlah gerai Hypermarket di Indonesia dalam kurun waktu 5 tahun terakhir cenderung mengalami peningkatan dari tahun 2017 hingga 2020. Pada tahun 2017, Indonesia tercatat memiliki 1.377 gerai Hypermarket yang mana jumlahnya terus meningkat hingga menjadi 1.450 gerai pada tahun 2020.

Hypermarket sebagai salah satu pusat belanja modern, untuk wilayah Kota Bogor saat ini kurang lebih terdapat 342 hypermarket yang tersebar diberbagai wilayah, hal ini masih memungkinkan bertambah mengingat pertumbuhan perekonomian masyarakat Kota Bogor yang terdiri dari 6 Kecamatan, yaitu

Kecamatan Bogor Selatan, Bogor Utara, Bogor Timur, Bogor Barat, Bogor Tengah dan Tanah Sareal, yang meliputi 68 Kelurahan.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Hypermarket di Wilayah Kota Bogor Tahun 2017-2022

No	Tahun	Jumlah Gerai
1	2017	51
2	2018	56
3	2019	55
4	2020	58
5	2021	60
6	2022	62
Jumlah		342

Sumber Data: Gabungan Industri Retail, tahun 2022

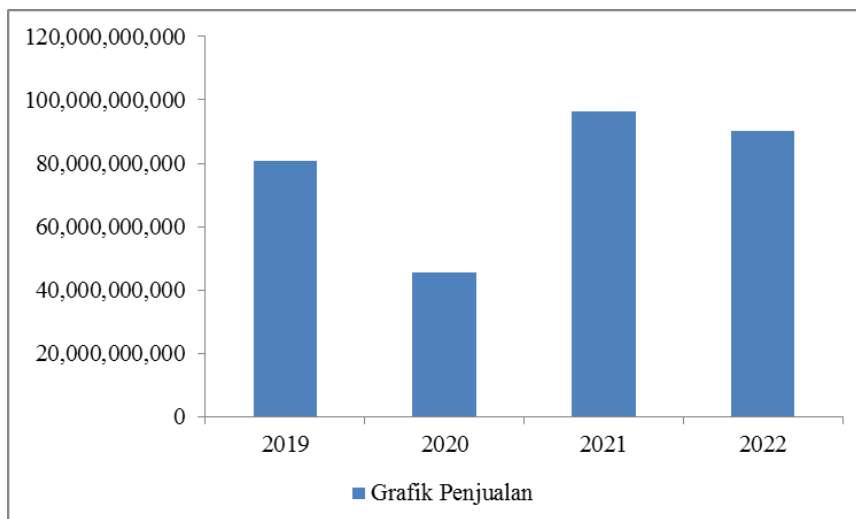
Berdasarkan data dari Disperindag Kota Bogor (2022), diketahui bahwa jumlah ritel moderen di Kota Bogor mengalami peningkatan yang pesat dalam 6 tahun terakhir. Pada tahun 2022, jumlah hypermarket mencapai 342 hypermarket di Kota Bogor.

Swalayan ada adalah jaringan toko swalayan yang memiliki cabang di Indonesia merupakan pasar swalayan yang menyediakan barang-barang kebutuhan sekunder maupun primer. Swalayan Ada berada di Jalan Raya Pajajaran No.31, Baranangsiang, Kec. Bogor, Kota Bogor, Jawa Barat 16143. Sebagai perusahaan retail yang menyediakan kebutuhan sekunder maupun primer Swalayan Ada pun berusaha menyediakan produk dan pelayanan terbaiknya untuk memenuhi kepuasan konsumen. Ada Swalayan menyediakan beragam kebutuhan rumah tangga, busana, sepatu, mainan dan *food court*.

Tabel 1.2
Data Penjualan Ada Swalayan Bogor

Tahun	Penjualan
2019	80,557,853,890
2020	45,487,854,750
2021	96,423,414,600
2022	90,314,541,874

Sumber : diolah dari data penjualan di Ada Swalayan Bogor, 2022



Gambar 1.3 Data Penjualan Ada Swalayan Bogor

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah penjualan konsumen yang berbelanja di Swalayan Ada mengalami fluktuatif. Pada tahun 2019 sampai tahun 2020 jumlah penjualan Swalayan Ada mengalami penurunan, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2021, dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2022. Menurut pak Zainal karyawan swalayan ada di bagian keuangan, pada tahun tersebut jumlah covid-19 mengalami kenaikan dan adanya (Pembatasan Sosial Berskala Besar) PSBB. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen berbelanja di Swalayan Ada mengalami penurunan. Indikasi lain yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berbelanja di Swalayan Ada sedang mengalami penurunan dapat dilihat dari beberapa jumlah keluhan konsumen.

Penjualan Swalayan Ada cenderung mengalami penurunan, sebagaimana tampak pada tabel 1.3, target dan realisasi penjualan Swalayan Ada mulai tahun 2019-2021 cenderung menurun dan tidak terealisasi dengan baik.

Tabel 1.3
Target dan Realisasi Penjualan Swalayan Ada Bogor

Bulan	2019		%	2020		%	2021		%	2022		%
	Target	Realisasi		Target	Realisasi		Target	Realisasi		Target	Realisasi	
Januari	14,532,581,976	12,178,013,524	84	10,188,013,442	8,188,013,442	80	13,733,478,456	13,433,478,456	98	12,368,027,041	12,154,368,631	98
Februari	12,642,479,874	10,287,911,422	81	8,287,911,432	6,287,911,432	76	12,833,376,646	12,533,376,646	98	11,467,925,231	11,254,266,821	98
Maret	11,633,380,773	9,278,812,321	80	7,288,812,361	5,288,812,361	73	11,834,277,575	11,534,277,575	97	10,468,826,160	10,255,167,750	98
April	10,934,081,876	8,579,513,424	78	6,479,513,474	4,479,513,474	69	10,024,978,688	9,724,978,688	97	8,659,527,273	8,445,868,863	98
Mei	9,621,980,776	7,267,412,324	76	5,468,413,386	3,468,413,386	63	9,013,876,600	8,713,876,600	97	7,648,425,185	7,434,766,775	97
Juni	10,222,581,873	7,868,013,421	77	5,667,012,421	3,667,012,421	65	8,212,457,637	7,912,457,637	96	6,847,006,222	6,633,347,812	97
Juli	9,211,481,078	6,856,912,626	74	4,956,912,676	2,956,912,676	60	7,502,377,670	7,202,377,670	96	6,136,926,255	5,923,267,845	97
Agustus	7,210,379,975	4,855,811,523	67	4,755,813,434	2,755,813,434	58	7,201,278,648	6,901,278,648	96	5,835,827,233	5,622,168,823	96
September	7,200,283,180	4,845,714,728	67	3,845,713,748	1,845,713,748	48	6,291,178,662	5,991,178,662	95	4,925,727,247	4,712,068,837	96
Oktober	6,213,381,075	3,858,812,623	62	3,888,812,844	1,888,812,844	49	4,534,278,058	4,234,278,058	93	3,168,826,643	2,955,168,233	93
November	5,200,080,980	2,845,512,528	55	4,925,512,567	2,925,512,567	59	4,570,977,781	4,270,977,781	93	3,205,526,366	2,991,867,956	93
Desember	4,189,981,878	1,835,413,426	44	3,735,412,965	1,735,412,965	46	4,270,878,179	3,970,878,179	93	2,905,426,764	2,691,768,354	93
Jumlah	108,812,675,314	80,557,853,890		69,487,854,750	45,487,854,750		100,023,414,600	96,423,414,600		83,637,997,620	81,074,096,700	

Sumber: Swalayan Ada Bogor, 2022

Tabel 1.3 diatas menunjukkan selama tiga tahun terakhir target penjualan tidak pernah terealisasi. Target penjualan tidak tercapai dapat juga disebabkan karena tingkat kepuasan konsumen yang menurun, pelayanan pegawai yang kurang maksimal, serta tidak adanya pengawasan dari pimpinan serta faktor lainnya.

Penulis melakukan penelitian terdahulu (pra survey) mengenai kepuasan konsumen. Kuesioner pendahuluan di bagikan kepada 30 pengunjung secara acak. Pembagian kuesioner tersebut dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen Ada Swalayan.

Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen Ada Swalayan Bogor

PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STJ	Total
Produk yang diperoleh sesuai yang diharapkan	3	7	12	6	2	30
	10%	23,3%	40%	20%	6,7%	100%
Pelayanan kasir Ada Swalayan tidak sesuai dengan harapan konsumen	12	10	3	3	2	30
	40%	33,3%	10%	10%	6,7%	100%
Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan memuaskan	3	7	11	3	6	30
	10%	23,3%	36,7%	10%	20%	100%

Sumber : diolah dari data pra Survey di Ada Swalayan Bogor, 2022

Berdasarkan tabel 1.4 di atas mengenai pra penelitian pendahuluan dapat kita ketahui bahwa Kepuasan konsumen Swalayan Ada masih kurang, dimana hasil survey pendahuluan dari 30 responden, sebanyak 40% konsumen kurang setuju bahwa produk yang diperoleh tidak sesuai yang diharapkan. Begitu juga pelayanan yang tidak sesuai yang diharapkan sebanyak 40% sehingga konsumen tidak berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan tidak memuaskan sebanyak 36,7%.

Peneliti melakukan survey kepada 30 pengunjung Swalayan Ada mereka mengeluhkan tentang beberapa keluhan antara lain :

Tabel 1.5 Hasil Pra Survey Keluhan Konsumen Ada Swalayan Bogor

PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STJ	Total
Kasir kurang ramah dalam melayani pelanggan	11	10	3	4	2	30
	36,7%	33,3%	10%	13,3%	6,7%	100%
Kasir memahami produk yang dijual.	3	4	7	9	7	30
	10%	13,3%	23,3%	30%	23,3%	100%
Cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.	3	7	10	3	7	30
	10%	23,3%	33,3%	10%	23,3%	100%
Ada Swalayan menyediakan semua kebutuhan yang di butuhkan dengan berbagai merek terkenal.	3	4	10	8	5	30
	10%	13,3%	33,3%	26,7%	16,7%	100%
Fasilitas parkir di Ada Swalayan kurang luas	10	4	8	5	3	30
	33,3%	13,3%	26,7%	16,7%	10%	100%

Sumber : diolah dari data pra Survey di Ada Swalayan Bogor, 2022

Dari tabel 1.5 di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban sebanyak 30 responden Kasir kurang ramah dalam melayani pelanggan sehingga terjadi antrian yang panjang ketika toko dalam keadaan ramai sebanyak 36,7% menyatakan Sangat

Setuju. Berdasarkan jawaban responden yang terkait dengan kasir memahami produk yang dijual sebanyak 30% menyatakan Tidak Setuju. Berdasarkan jawaban responden yang terkait dengan cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan sebanyak 33,3% menyatakan Kurang Setuju. Berdasarkan jawaban responden yang terkait dengan Ada Swalayan menyediakan semua kebutuhan yang di butuhkan dengan berbagai merek terkenal sebanyak 33,3% menyatakan kurang setuju. Berdasarkan jawaban responden yang terkait dengan fasilitas parkir di Ada Swalayan kurang luas sebanyak 33,3% menyatakan sangat setuju.

Setiap konsumen pasti memiliki harapan bahwa tempat berbelanja yang di kunjungi mampu memberikan kepuasan bagi mereka. Faktor kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang paling penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan. Menurut Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010) kualitas pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan oleh karena itu kualitas pelayanan didefinisikan dari sudut pandang pengguna sebagai suatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

Di dalam proses pembuatan keputusan, konsumen akan melakukan evaluasi kembali terhadap apa yang telah mereka terima dan alami di toko tersebut. Apakah mereka merasa puas terhadap apa yang mereka dapatkan ataukah mereka akan merasa tidak puas. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen ini pada akhirnya akan berujung pada keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2017) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang telah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan yang tinggi ditimbulkan oleh kualitas pelayanan yang maksimal dan jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka harapan konsumen tidak akan pernah tercapai dengan begitu pelanggan akan hilang satu demi satu, hal ini berarti perusahaan tersebut akan bangkrut. Dengan demikian hanya perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan kepuasan konsumen yang tinggi sajalah yang akan mampu bersaing dan bertahan untuk hidup dan selanjutnya berkembang demi kelangsungan perusahaan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting untuk mencapai kepuasan konsumen untuk suatu produsen pada umumnya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya (Sari & Setiyowati, 2017) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Demikian juga hasil dilakukan oleh Elisabeth (*et.al*, 2019) bahwa terdapat hubungan yang positif antara variable kualitas pelayanan dengan

citra perusahaan, dimana semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan Customer Service maka semakin positif pula citra perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai permasalahan tersebut. Oleh sebab itu penulis mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SWALAYAN ADA BOGOR”**

1.2. Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

1. Adanya penurunan tingkat penjualan di Swalayan Ada Cabang Bogor.
2. Konsumen tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan
3. Target dan realisasi Swalayan Ada Cabang Bogor tidak tercapai.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan di Swalayan Ada Cabang Bogor?
2. Bagaimanakah kepuasan konsumen di Swalayan Ada Cabang Bogor?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada di Swalayan Ada Cabang Bogor?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menerapkan dasar-dasar pengetahuan dan wawasan selama mengikuti perkuliahan untuk melatih diri serta dapat menerapkan saat berada di lapangan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis keterkaitan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan pada Swalayan Ada Cabang Bogor.
2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen pada Swalayan Ada Cabang Bogor.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berkunjung pada Swalayan Ada Cabang Bogor.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai dalam penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain :

1. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dan usaha perbaikan pihak perusahaan pada umumnya agar

mampu memberikan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada para konsumen sehingga konsumen merasa puas menggunakan jasa perusahaan tersebut dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung setiap bulannya.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai data dan informasi bagi penulis dalam pengerjaan skripsi guna sebagai syarat meraih gelar S1.

1.4.2. Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh serta dapat memberikan pengetahuan, pengalaman, serta wawasan untuk menerapkan kebijakan dalam memuaskan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik. Sehingga penelitian ini menjadikan pembelajaran dalam kasus nyata di lapangan.

2. Bagi Pembaca

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian baik yang berhubungan dengan penelitian ini maupun tidak berhubungan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Adapun pengertian pemasaran menurut beberapa ahli di antaranya:

Menurut Kotler dan Keller (2016) adalah sebagai berikut :

“Marketing management as art and science of choosing target markets and getting, keeping and growing customers through creating, delivering and communicating superior customers value.

Menurut Kotler dan Armstrong (2015) adalah sebagai berikut :

“Marketing management is the analysis implementation and supervision programs intended to hold exchanges with target markets with a view to achieving the organization’s objectives.

Berdasarkan definisi diatas maka penulis berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah ilmu yang dapat memberikan kemudahan baik produsen maupun konsumen dalam mendapatkan, memperoleh, dan mengomunikasikan suatu kebutuhan dan keinginan dalam melakukan pertukaran atau dalam mencapai suatu tujuan organisasi.

2.1.2. Pengertian Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2017) adalah sebagai berikut :

“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut *American Marketing Association (AMA)* (2016) adalah sebagai berikut:

“Marketing is the activity, set of institutions and processes for creating communicating, delivering and exchanging offerings that have value for customers, clients, partner and society at large.

Menurut Irum (2016) menyatakan bahwa pemasaran adalah :

“Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh beberapa pihak atau kesimpulan orang (organisasi) yang dikordinir dengan baik yang disebut dengan produsen yang bertujuan menyalurkan barang maupun jasa kepada konsumen secara tepat sasaran

serta dapat memuaskan konsumen dan juga menguntungkan pihak-pihak dari produsen tersebut.”

Berdasarkan definisi di atas maka penulis berpendapat bahwa pemasaran adalah memiliki pandangan yang sangat luas bukan hanya sekedar kegiatan penjualan, pemasaran dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta dapat membangun hubungan yang sangat baik antara produsen dengan konsumen.

2.2. Bauran Pemasaran

Menurut Tjiptono (2017) Bauran Pemasaran adalah sebagai berikut :

1. *Products*

Product merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen. dalam konteks ini, produk bisa berupa apa saja (baik yang berwujud fisik maupun yang tidak) yang dapat ditawarkan kepada konsumen potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu. Keputusan bauran produk yang dihadapi pemasar barang. Aspek pengembangan jasa baru juga memiliki keunikan khusus yang berbeda dengan barang, yakni jasa baru sukar diproteksi dengan paten.

2. *Pricing*

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktika, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga antara berbagai kelompok konsumen. pada umumnya aspek-aspek ini mirip dengan yang biasa dijumpai pemasar barang. Akan tetapi ada pula perbedaannya yaitu bahwa karakteristik intangible jasa menyebabkan harga menjadi indikator signifikan atas kualitas. Karakteristik personal dan *non-transferable*.

3. *Promotion*

Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada konsumen potensial dan aktual. Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi, penjualan, *direct marketing*, *personal selling*, dan *public relations*. Meskipun secara garis besar bauran promosi untuk barang sama dengan jasa, promosi jasa sering sekali membutuhkan penekanan tertentu pada upaya meningkatkan kenampakan tangibilitas jasa, selain itu, dalam kasus pemasaran jasa, personil produksi juga menjadi bagian penting dalam bauran promosi.

4. *Place*

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para konsumen potensial. Keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik (misalnya keputusan mengenai dimana sebuah hotel atau restoran didirikan), keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas jasa bagi konsumen (misalnya, apakah akan menggunakan jasa agen perjalanan atautkah harus memasarkan sendiri paket liburan secara langsung kepada konsumen), dan keputusan non-lokasi yang ditetapkan demi ketersediaan jasa (contohnya, penggunaan *telephone delivery systems*).

5. *People*

Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasar. Bila produksi dapat dipisahkan dengan konsumsi, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus pemasar barang manufaktur, pihak manajemen biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap *output* akhir yang diterima konsumen. Oleh sebab itu bagaimana sebuah mobil dibuat umumnya bukanlah faktor penting bagi pembeli mobil tersebut.

Berdasarkan definisi para ahli di atas bahwa bauran pemasaran adalah perangkat/alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran.

2.2.1. Fungsi Pemasaran

Menurut Kotler (2016) mengatakan bahwa fungsi pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan informasi mengenai pelanggan, pesaing serta pelaku dan kekuatan lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan pemasaran.
2. Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif untuk merangsang pembelian.
3. Mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.
4. Menanggung resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran.
5. Mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk sampai ke pelanggan akhir.

Berdasarkan definisi para ahli di atas bahwa fungsi pemasaran adalah menyampaikan produk atau jasa sampai ke konsumen dan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga menghasilkan keuntungan.

2.3. Jasa

2.3.1. Pengertian Jasa

Menurut Kotler (2014) “jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apa pun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan jasa sebagai berikut:

“any act that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It’s production may or not to be tied to physical product.”

Berdasarkan definisi di atas penulis berpendapat bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

2.3.2. Karakteristik Jasa

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan bahwa jasa memiliki sejumlah karakteristik unik yang membedakannya yaitu:

1. *Intangibility*
Artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Pengguna jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa yang ditawarkan sebelum ia mengonsumsi atau merasakannya sendiri.
2. *Inseparability*
Memiliki arti jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
3. *Heterogeneity*
Jasa bersifat *Heterogeneity* karena merupakan non-standardized output artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.
4. *Perishability*
Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Berdasarkan definisi di atas penulis berpendapat bahwa karakteristik jasa adalah tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, diraba, sebelum jasa tersebut telah diterima dan jasa bersifat *heterogeneity* artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi dan tidak tahan lama serta tidak dapat disimpan.

2.4. Kualitas Pelayanan

2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Kasmir (2017) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Rusydi (2017) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Tjiptono (2017) menyatakan kualitas pelayanan sebagai berikut: “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”. Menurut Kasmir (2017) Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Sedangkan menurut Aria dan Atik (2018) Kualitas Pelayanan merupakan komponen penting yang harus diperhatikan dalam memberikan Kualitas Pelayanan prima. Kualitas Pelayanan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen akan muncul apabila Kualitas Pelayanan yang diberikan dengan baik.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang di lakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh konsumen.

2.4.2. Dimensi dan Pengukuran Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2017) mengungkapkan ada terdapat lima faktor kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik.
2. Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus. Dengan cara perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen.

3. Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dengan cara keinginan para pegawai dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar, kesigapan para pegawai untuk ramah pada setiap konsumen, kesigapan para pegawai untuk bekerja sama dengan konsumen.
4. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Contoh dalam hal ini antara lain, kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang terbaik, kemampuan pegawai dalam menangani kebutuhan 34 konsumen dengan cepat dan benar, kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan konsumen.
5. Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Contoh dalam hal ini antara lain, pengetahuan dan keterampilan pegawai dalam menjalankan tugasnya, pegawai dapat diandalkan, pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen, pegawai memiliki keahlian teknis yang baik.

Menurut Tjiptono (2017) Dimensi Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Ketanggapan atau kepedulian (*Responsiveness*)
Ketanggapan atau kepedulian adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan dan harapan pelanggan.
3. Jaminan kepastian (*assurance*)
Jaminan kepastian adalah kompetensi yang demikian sehingga memberikan rasa aman dari bahaya, risiko, atau keraguan dan kepastian mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.
4. Perhatian (*emphaty*)
Perhatian adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan kontak, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.
5. Berwujud (*Tangible*)
Berwujud adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai, dan sarana informasi atau komunikasi.

Menurut Parasuraman (2018) mengemukakan bahwa Dimensi Kepuasan Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Afandi (2018) menyatakan bahwa dalam meningkatkan kualitas pelayanan, perlu diperhatikan dimensi-dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Prosedur Pelayanan
Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
2. Waktu Penyelesaian
Waktu penyelesaian ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian termasuk pengaduan.
3. Biaya Pelayanan
Biaya pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian layanan.
4. Produk Pelayanan
Produk pelayanan, hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan Prasarana
Sarana dan prasarana harus disediakan secara memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan
Kompetensi petugas pemberi pelayanan, harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, ketrampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Gaspersz (dalam Ardane dkk, 2017) menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri atas beberapa unsur berikut ini :

1. Ketepatan waktu
Kualitas Pelayanan adalah hal-hal yang perlu diperhatikan di sini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi
Kualitas Pelayanan adalah dengan realibilitas Kualitas Pelayanan dan bebas kesalahan-kesalahan kepada konsumen.
3. Kesopanan dan keramahan
Kesopanan dan keramahan merupakan dimensi penting dalam menunjang kualitas pelayanan terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan konsumen eksternal, seperti : operator telepon, petugas keamanan, pengemudi, kasir dan petugas penerima konsumen. Citra Kualitas Pelayanan dari industri jasa

sangat ditentukan oleh orang-orang dari perusahaan yang berada pada garis depan dalam melayani langsung dengan konsumen eksternal.

4. Tanggung jawab
Berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari konsumen.
5. Kelengkapan
Menyangkut lingkup kualitas pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta Kualitas Pelayanan komplementer lainnya.
6. Kemudahan mendapatkan pelayanan
Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan banyaknya outlet, banyak petugas yang melayani seperti kasir, staff administrasi dll. Banyaknya fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses data.
7. Variasi model
Kualitas Pelayanan adalah berkaitan dengan inovasi untuk memberikan polapola baru dalam Kualitas Pelayanan serta features dari Kualitas Pelayanan.
8. Kualitas pelayanan pribadi
berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus dan sebagainya.
9. Kenyamanan dalam memperoleh kualitas pelayanan
berkaitan dengan jangkauan baik lokasi, parkir kendaraan, petunjuk-petunjuk ruang tempat Kualitas Pelayanan dan kemudahan dalam memperoleh parkir dan sebagainya.
10. Atribut pendukung kualitas pelayanan lainnya
berkaitan dengan lingkungan, kebersihan, ruangan tunggu, fasilitas music, AC dan sebagainya.

Berdasarkan dimensi-dimensi para ahli, penulis berpendapat bahwa indikator kualitas pelayanan adalah hal-hal yang berkenaan dengan dimensi kualitas pelayanan yang lebih spesifik sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan pada suatu penyedia jasa atau produk.

2.5. Kepuasan Konsumen

2.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku belanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.

Menurut Tjiptono (2017), “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya”.

Menurut Danang Sunyoto (2015). Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong (2018) kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Jika berbicara tentang kepuasan atau ketidakpuasan, terdiri dari perasaan senang tertentu atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kinerja suatu produk dengan keinginan pribadi.

Menurut Riyanto (2018) kepuasan pelanggan adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan, yang diharapkan pelanggan apabila kualitas yang dialami oleh pelanggan lebih rendah yang diharapkan, maka akan terjadi ketidakpuasan. pelanggan sesuai yang diharapkan, pelanggan akan puas, dan apabila kualitas pelayanan lebih apa yang diharapkan, pelanggan akan sangat puas.

Menurut Oliver (2019) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapan, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila harapan maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan sangat puas. sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya jadi dan informasi pemasar dan sampai.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan penilaian konsumen pada suatu produk atau jasa yang diberikan suatu produsen dengan cara membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh produsen sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh produsen tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.

2.5.2. Dimensi dan Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode untuk melakukan pengukuran tingkat kepuasan menurut Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (2015) adalah sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.
2. *Ghost shopping*, Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing

berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost customer analysis*, Perusahaan yang menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.
4. Survei kepuasan pelanggan. Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.5.3. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2017) kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan
2. Dimensi kepuasan pelanggan
3. Konfirmasi harapan
4. Niat beli ulang
5. Kesiapan untuk merekomendasikan

Menurut Kotler & Keller (2016) indikator kepuasan konsumen yaitu :

1. Membeli kembali
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikannya.
3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.

Menurut Hasan (2015) indikator kepuasan konsumen terdiri dari :

1. Konfirmasi Harapan
Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.
2. Minat Pembelian Ulang
Kepuasan diukur secara *behavioral* dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
3. Kesiapan Merekomendasikan
Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama (seperti pembelian mobil, broker rumah, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

4. Ketidakpuasan konsumen

Aspek-aspek yang perlu ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah complain, pengambilan produk, biaya garansi, dan *word of mouth negatif* (rekomendasi negatif).

Berdasarkan pengertian para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa indikator kepuasan konsumen ialah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.6. Penelitian sebelumnya dan kerangka pemikiran

2.6.1. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Novita Sari, Selfi Setiyowati (2017) Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PB Swalayan Metro	Variabel X (Keragaman Produk) (Kualitas Pelayanan) Variabel Y (kepuasan konsumen)	Kualitas Pelayanan <i>Tangibles</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i> Kepuasan Konsumen Tingkat Kinerja Tingkat Harapan	Metode analisis yang digunakan adalah Observasi, Wawancara, Survey, Kuesioner. Jenis penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan metode <i>purposive sampling</i> . Berdasarkan teknik tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden dengan periode penelitian selama 1 tahun	Desain dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berbelanja di PB Swalayan Metro.
2	Juwita Elisabeth Poluan, William A. Areros, Aneke Y Punuindoong (2017) Pengaruh	Variabel X (Kualitas Layanan) Variabel Y (kepuasan konsumen)	Kualitas Pelayanan <i>Tangibles</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i>	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif sesuai dengan tujuan penelitian yang dikemukakan di muka menguraikan sifat sifat dan mencari gambaran secara sistematis dari	Dengan menggunakan <i>SPSS for Windows Version 18.0</i> , maka didapatkan hasil untuk pengujian regresi sederhana. Nilai R Square di atas dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel X terhadap Y

	Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado		Kepuasan Konsumen Tingkat Kinerja Tingkat Harapan	fakta-fakta yang diteliti.	adalah sebesar 50,9% sedangkan sisanya 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variable yang diteliti dalam penelitian ini seperti promosi dan bonus yang diberikan kepada konsumen.
3	Jerry Anggriawan, Ida Ayu Sri Brahmayanti, 2016, Pengaruh Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di PT.Finele (Amalia Gold Shop) Pasar Atom Mall Surabaya	Produk (X1) Harga (X2) Tempat (X3) Keputusan Pembelian (Y)	Bauran Pemasaran <i>Product</i> (Produk) <i>Price</i> (harga) <i>Place</i> (Tempat) <i>Promotion</i> (Promosi)	Metode pengambilan sampel yang dilakukan penulis adalah dengan menggunakan teknik purposive sampling yang di ambil 48 orang saja untuk sampel penelitian.	Penelitian ini data yang terkumpul diolah dengan bantuan program SPSS for windows versi 11.00 SPSS inc., 1989-2001, Dari hasil penyebaran kuesioner, pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin responden menunjukkan bahwa dari 48 responden yang ada dalam penelitian ini, 7 responden atau 14,6 % berjenis kelamin laki-laki dan 41 responden atau 85,4 % berjenis kelamin perempuan.
4	Jangko, 2023 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk	Variabel Bebas, Kualitas Pelayanan (X) Variabel Terikat Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Pelayanan <i>Tangibles</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i> Kepuasan Konsumen Tingkat Kinerja Tingkat Harapan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode penelitian Survei. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner pada Pelanggan PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Kecamatan Dumoga Timur Kabupaten Bolaang Mongondow. Jumlah Penarikan Sampel dalam penelitian ini sebesar 32 responden	Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk Kecamatan Dumoga Timur Kabupaten Bolaang Mongondow maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berbelanja di perusahaan tersebut, Koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 74,3% yang berarti variabilitas kepuasan pelanggan

					dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 74,3%
5	Mongilala Priscilia R Jacklin, Silvy Mandey, Jeffry Tampenawas, 2019, Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departemen Store Mega Mall Manado	Variabel bebas Bauran Pemasaran (X1) Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian Produk (Y)	Bauran Pemasaran <i>Product</i> (Produk) <i>Price</i> (harga) <i>Place</i> (Tempat) <i>Promotion</i> (Promosi) Kualitas Pelayanan <i>Tangibles</i> <i>Reliability</i> <i>Responsiveness</i> <i>Assurance</i> <i>Empathy</i> Keputusan Pembelian	Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif dan Teknik Pengambilan sampel dilakukan dengan cara <i>Accidental Sampling</i> dengan jumlah responden 99. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara menggunakan metode analisis regresi linear berganda.	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa, bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk. Pihak perusahaan Matahari Department Store Mega Mall Manado sebaiknya terus menjaga kualitas dari pelayanan yang ada, terlebih untuk mempertahankan konsumen. Matahari Department Store Mega Mall Manado agar supaya dapat menerapkan strategi yang tepat dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Sumber: Data Sekunder, 2022

Berdasarkan penelitian-penelitian diatas, yang menjadi rujukan penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan Juwita Elisabeth Poluan, William A. Areros, Aneke Y Punuindoong (2017).

2.6.2. Kerangka Pemikiran

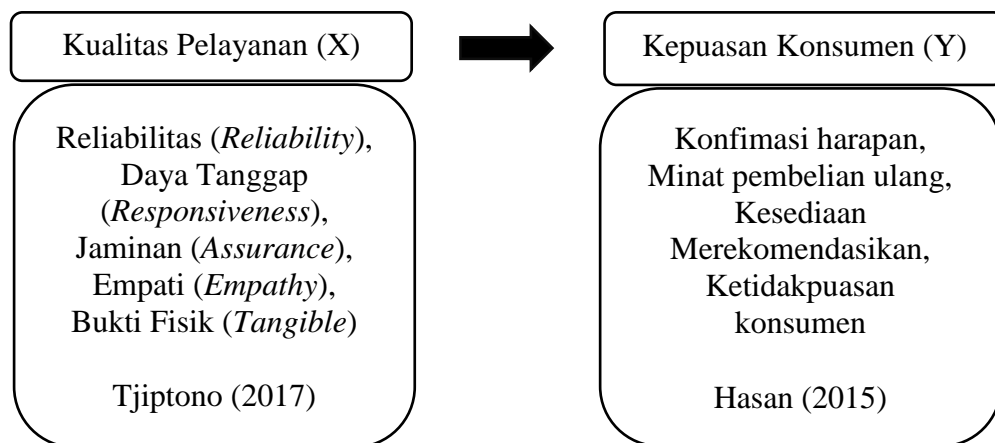
Dalam mempertahankan dan mengembangkan perusahaan, upaya meningkatkan penjualan harus terus dilakukan agar perusahaan tetap mendapatkan laba/keuntungan. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan menempatkan kualitas pelayanan yang baik dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk menghadapi persaingan sesama perusahaan yang sejenis, perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantages*). Semakin ketat persaingan, perusahaan harus mampu mengatasi atau mengantisipasi datangnya ancaman pesaing, menutupi kesalahan, dan memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang ada, sehingga dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

Tujuan utama bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen merasa puas karena kepuasan konsumen merupakan investasi jangka panjang yang

menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan. Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari probabilitas jangka panjang. Konsumen yang puas dengan hasil kerja perusahaan akan menguntungkan bagi perusahaan, agar dapat menciptakan kepuasan konsumen maka Swalayan Ada harus mengenali dan memahami kebutuhan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan hak yang sangat penting untuk mempertahankan suatu bisnis untuk tetap berkembang bahkan lebih maju. Seperti yang telah dikemukakan oleh Tjiptono (2017) “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Perusahaan menginginkan setiap konsumennya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan serta strategi apa untuk mencapai suatu kebutuhan dan keinginan para konsumen agar bisa diberikan oleh perusahaan.

Menurut Tjiptono (2017) menyebutkan lima dimensi Kualitas Pelayanan jasa yang harus dipenuhi yaitu: reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*).



Gambar 2.1 Desain Kerangka Pemikiran

2.7. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di swalayan ADA.

H_1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di swalayan ADA.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, menurut Sugiono (2018) metode penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel atau lebih dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis hubungan antar variabel yang ingin di ketahui dalam penelitian ini.

3.2. Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel independen dengan dimensi Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangible*), serta kepuasan konsumen sebagai variabel dependen dengan dimensi Konfirmasi harapan, Minat pembelian ulang, Kesiediaan Merekomendasikan, Ketidakpuasan konsumen.

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu *individual* yaitu penelitian mengenai individu/ orang dalam suatu kelompok/ organisasi. Sumber data didapat atau berasal dari (respon) setiap orang/ individu dalam suatu kelompok/ organisasi yang terdapat pada lokasi penelitian di Swalayan Ada.

Lokasi penelitian di Swalayan Ada yang berlokasi di Jalan Raya Pajajaran No.31, Baranangsiang, Kec. Bogor, Kota Bogor, Jawa Barat 16143.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1. Jenis Data Penelitian

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif yang merupakan data primer dan data Sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh dengan cara melakukan observasi, wawancara langsung dan melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen Swalayan Ada.

3.3.2. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari hasil penelitian lapangan pada Swalayan Ada dengan cara melakukan observasi, wawancara langsung dan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung, tetapi diperoleh dari penyedia data seperti: media masa, perusahaan penyedia data, bursa efek, data yang digunakan peneliti dalam penelitian sebelumnya, data yang disediakan pada *statistic software*.

3.4. Operasional Variabel

Untuk memudahkan proses analisa maka terlebih dahulu penulis mengklarifikasikan variabel-variabel kedalam dua kelompok, yaitu :

1. Variabel Independen atau biasa disebut variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan (X)
2. Variabel dependen bisa disebut variabel tergantung. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.
“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Ada”.

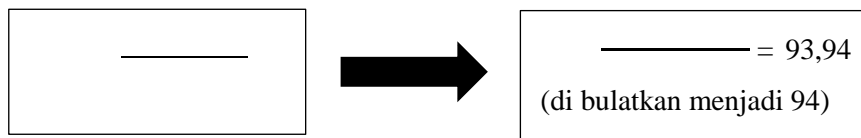
Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Petugas kasir Swalayan Ada melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat • Produk yang di jual berkualitas dan bervariasi • Petugas kasir dan karyawan Swalayan Ada melayani pelanggan dengan ramah 	Interval
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan Swalayan Ada cepat tanggap dalam menangani masalah • Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan baik keluhan pelanggan • Pemberian informasi yang jelas kepada pelanggan 	Interval
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang di jual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya • Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada • keterampilan karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan 	Interval
	Empati (<i>Empathy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan • Para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan • Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan 	Interval

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> Kebersihan toko dan kenyamanan dalam berbelanja baik dari segi fasilitas (AC, keranjang, troli) Penampilan karyawan dan petugas kasir rapih dan bersih Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas 	Interval
Kepuasan Konsumen (Y)	Konfirmasi harapan	<ul style="list-style-type: none"> Produk yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan Pelayanan oleh karyawan yang di peroleh sesuai atau melebihi dengan yang di harapkan 	Interval
	Minat pembelian ulang	<ul style="list-style-type: none"> Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang di berikan oleh karyawan memuaskan Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang di sediakan memadai 	Interval
	Kesediaan Merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena pelayanan yang memuaskan Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang di tawarkan karena fasilitas penunjang yang di sediakan memadai 	Interval
	Ketidakpuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen Ketidakpuasan terhadap harga yang di berikan oleh penjual terhadap produk yang di tawarkan Produk dan fasilitas yang di berikan oleh Swalayan Ada tidak lengkap 	Interval

3.5. Metode Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya.

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Metode penarikan sampel untuk penelitian yang dilakukan dengan cara penarikan sampel berpeluang (*Probability Sampling*) dengan metode *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2016) “*accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin*, kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jumlah konsumen Swalayan Ada tahun 2021 dengan jumlah 1.550 konsumen (Dokumen Data Pelanggan Swalayan Ada Bogor, 2022):



n = Keterangan:

n = Jumlah Sampel penelitian

N = Jumlah Populasi diambil dari jumlah member di ADA Swalayan

e = Batas kesalahan dalam pengambilan sampel yang ditolelir (10%)

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliable. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Observasi langsung yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan dengan bertujuan untuk mengetahui secara langsung kegiatan pengunjung di Swalayan Ada.
2. Kuesioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang di berikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Ada.

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2016), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3.2 Skala *Likert*

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiono 2014

3.7. Metode Pengolahan Data / Analisis Data

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji valid atau tidak kuesioner yang disampaikan pada responden. Uji Validitas digunakan untuk menguji apakah ada pertanyaan pada suatu kuesioner yang harus diganti atau dibuang. Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk. Adapun rumus kasar diperoleh dari:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan :

n = Jumlah respon

r_{xy} = Koefisien korelasi (r-hitung)

$\sum x$ = Skor variabel kualitas pelayanan

$\sum y$ = Skor variabel kepuasan konsumen

$\sum xy$ = Hasil perkalian kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

Kaidah keputusan: Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti valid, dan sebaliknya

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti tidak valid

3.7.2. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini di gunakan teknis analisis formula *alpha cronbach's* . rumus *alpha* digunakan untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = Koefisien *reliability instrument* (*cronbachalfa*)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Total varians butir

$\sum \sigma_t^2$ = Total varians

Suatu angket dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap sesuatu pernyataan secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *alpha cronbach's* $> 0,6$

Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,49	Reliabel Rendah
>0,50 – 0,69	Reliabel Moderat
>0,70 – 0,89	Reliabel Tinggi
>0,90 – 1,00	Reliabel Sempurna

Sumber : Sugiyono 2014

3.8. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai penerapan kualitas pelayanan pada Swalayan Ada terhadap kepuasan konsumen.

Persentase metode analisis deskriptif menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Total skor tanggapan responden}}{\text{skor tertinggi responden} \times \text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas}}$$

Dimana:

Rentang = % tertinggi - % terendah

Kelas = 5 sesuai dengan jawaban pertanyaan yaitu sangat baik/sangat puas, baik/puas, kurang baik/kurang puas, tidak baik/tidak puas.

Berdasarkan rumus di atas maka panjang kelas interval adalah :

$$\text{Interval} = \frac{100-0}{5} = 20$$

Sehingga kriteria tanggapan responden dapat di gambarkan dalam table dibawah ini :

Tabel 3.4 Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Keterangan
0-20	Sangat Tidak baik/Sangat Tidak puas
25-49	Tidak baik/Tidak puas
50-69	Kurang baik/Kurang puas
70-75	Baik/Puas
76-100	Sangat baik/Sangat puas

3.9. Metode Analisis

3.9.1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi.

3.9.2. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *one sample kolmogrov-Smirnov Test*. Dalam uji *one sample kolmogrov-Smirnov Test*. Variabel-variabel yang mempunyai *Asymp. Sig (2-tailed)*. Adapun pengembalian keputusan dalam uji normalitas ini adalah sebagai berikut :

1. jika $\alpha > 0,05$ = data berdistribusi normal
2. jika $\alpha < 0,05$ = data tidak berdistribusi normal

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dalam residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menjelaskan ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara melihat grafik Flot antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{pred}) dengan residualnya (S_{resia}). Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data.

3.9.4. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat di tentukan dengan koefisien determinasi sebagai berikut :

$$CD = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

CD = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

3.9.5. Uji Hipotesis (t)

Menurut Sarwono (2016), nilai t diperoleh pada bagian keluaran koefisien regresi yang berfungsi untuk digunakan sebagai pengujian hipotesis secara parsial atau sendiri-sendiri saat kita menggunakan prosedur linear berganda dimana kita menggunakan variabel bebas lebih dari 1.

Hipotesis dalam uji t/uji parsial, adalah:

Ho : tidak berpengaruh secara parsial

H1 : berpengaruh secara parsial

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t hitung (t_0) dengan t tabel (t nilai kritis) dengan menggunakan ketentuan, yaitu :

Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka Ho ditolak dan H1 diterima

Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka H0 diterima dan H1 ditolak

Adapun pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas variabel independen bagian koefisien regresi, dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai P-Value $<$ 0,05 ; maka H0 ditolak dan H1 diterima

Jika nilai P-Value $>$ 0,05 ; maka H0 diterima dan H1 ditolak

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

3.9.6. Uji Koefisien Determinasi / R Square (R^2)

Menurut Sarwono (2016), “pengukuran proporsi varian variabel tergantung tentang rata-rata yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas/prediktornya. Jika nilai ini semakin besar (mendekati 1), maka prediksi yang dibuat semakin akurat. Rentang nilai R square ialah anatar 0 - 1. nilai ini selalu positif. Nilai ini juga merupakan salah satu nilai dalam regresi linier yang dijadikan sebagai acuan kecocokan model regresi. Nilai R Square mendekati 1 mempunyai kecocokan model regresi semakin besar, sebaliknya jika nilainya mendekati 0, maka model regresi semakin tidak baik.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Ada Swalayan merupakan pasar supermarket modern berasal dari Semarang yang menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga dan dimiliki oleh PT Ada Perkasa Sahitaguna. Ada Swalayan menyediakan beragam kebutuhan rumah tangga, busana, sepatu, mainan dan food court. Ada Swalayan merupakan pasar supermarket modern berasal dari Semarang yang menyediakan berbagai macam kebutuhan rumah tangga. ADA Swalayan pertama berdiri tahun 1987 berlokasi di Jalan Siliwangi, Semarang. Tokonya hanya dua lantai yang juga dijadikan tempat tinggal. Tahun 1997 cabang baru dibuka di Jalan Brigjen Sudiarto. Tidak lama setelah itu, terjadi krisis moneter. "Beberapa tahun sebelum krisis, almarhum papa punya prediksi, ekonomi Indonesia bakal susah. Tapi beliau justru melihat peluang. Papa melakukan lobi dengan para supplier untuk order barang hingga 10 kali lipat lebih banyak. Dari over supply itu, masyarakat tak kesulitan mencari barang. Bahkan toko-toko ritel dari luar kota Semarang banyak yang ambil barang di ADA Swalayan. Tahun 2000 cabang yang lebih besar dibuka di Jalan Setiabudi dengan luas 1,6 hektare. Tahun 2004 cabang baru dibuka di Bogor, Jawa Barat. Tahun 2005 cabang di Jalan Siliwangi direnovasi. Tahun 2006 cabang baru dibuka di Jalan Fatmawati.

4.2. Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 (empat) kriteria yaitu : jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Berikut hasil data profil responden pegawai.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	58	62
Laki- Laki	36	38
Jumlah	94	100

Sumber : Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Berikut perolehan hasil data yang ada pada kuesioner, jumlah responden yang diteliti berdasarkan jenis kelamin secara keseluruhan berjumlah 94 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini, jumlah yang terbesar adalah perempuan sebanyak 58 orang (62%) dan jumlah yang terendah laki-laki sebanyak 36 orang (38%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
15-20Tahun	13	14
21-30 Tahun	39	41
31-40 Tahun	32	34
> 41 Tahun	10	11
Jumlah	94	100

Sumber : Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan rentang usia dalam jumlah terbesar adalah 20-30 tahun adalah sebanyak 39 orang (41%), usia responden 15-20 tahun sebanyak 13 orang (14%), kemudian untuk responden usia 31-40 tahun sebanyak 32 orang (34%), sedangkan rentang usia lebih dari 41 tahun sebanyak 10 orang (11%). Jadi, dapat diketahui bahwa rata – rata pelanggan Swalayan Ada pada penelitian ini, mayoritas di dominasi oleh responden yang memiliki rentang usia 20-30 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	23	24
Wiraswasta	42	45
Pegawai Swasta	18	19
Pegawai Negeri Sipil	11	12
Jumlah	94	100

Sumber : Data Primer yang diolah, (Tahun 2023)

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat yang memiliki jumlah responden dengan pekerjaan terbanyak yaitu sebagai wiraswasta sebanyak 42 orang (45%), kemudian untuk responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 23 orang (24%), sedangkan untuk jumlah responden dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 18 orang (19%), sedangkan untuk pekerjaan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 11 orang (12%). Jadi, dapat diketahui bahwa rata-rata pelanggan pada penelitian ini, mayoritas didominasi oleh responden yang bekerja sebagai wiraswasta.

4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1. Variabel Kualitas Pelayanan

Setelah diisi oleh responden dan terkumpul kembali, selanjutnya menentukan validitas berdasarkan koefisien korelasi *product moment* dari Karl Person, dengan hasil uji pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

No	Butir/Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket	Kesimpulan
1	Pernyataan 1	0,579	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Pernyataan 2	0,588	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Pernyataan 3	0,603	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Pernyataan 4	0,588	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Pernyataan 5	0,547	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Pernyataan 6	0,611	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Pernyataan 7	0,558	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Pernyataan 8	0,475	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	Pernyataan 9	0,564	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Pernyataan 10	0,566	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Pernyataan 11	0,514	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Pernyataan 12	0,603	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	Pernyataan 13	0,530	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	Pernyataan 14	0,571	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	Pernyataan 15	0,591	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n-2 = 30-2 = 28$. Menurut Sugiono (2016) pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden dikarenakan agar hasil pengujian mendekati kurva normal. Instrument dikatakan valid mempunyai nilai signifikansi korelasi \geq dari 95% atau $\alpha=0,05$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. Berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 15 pernyataan, semua pernyataan dinyatakan valid. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	15

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,848, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena $0,848 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

4.3.2. Variabel Kepuasan Konsumen

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Butir/Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket	Kesimpulan
1	Pernyataan 1	0,709	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	Pernyataan 2	0,682	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	Pernyataan 3	0,609	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	Pernyataan 4	0,700	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	Pernyataan 5	0,536	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	Pernyataan 6	0,638	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	Pernyataan 7	0,569	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	Pernyataan 8	0,700	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	Pernyataan 9	0,570	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	Pernyataan 10	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	Pernyataan 11	0,631	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	Pernyataan 12	0,709	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n-2 = 30-2 = 28$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 12 pernyataan, semua pernyataan dikatakan valid. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas dengan hasil yang ditunjukkan p[ada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	12

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,870, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena $0,870 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

4.4. Analisis Data

4.4.1. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Untuk pengukuran variabel kualitas pelayanan menggunakan lima indikator antara lain:

1. Keandalan (*Reliability*)

- a. Petugas kasir Swalayan Ada melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.8. Petugas kasir Swalayan Ada melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	1	1	2
Kurang Baik	3	17	18	51
Baik	4	52	55	208
Sangat Baik	5	24	26	120
Total		94	100	381

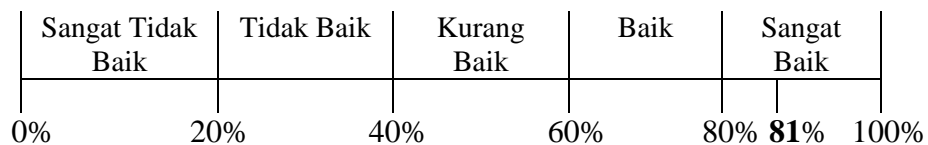
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{386}{5 \times 94} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan petugas kasir Swalayan Ada melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya pelanggan menilai petugas kasir Swalayan Ada sudah melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat.

- b. Produk yang dijual di Swalayan Ada berkualitas dan bervariasi.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.9. Produk yang dijual di Swalayan Ada berkualitas dan bervariasi

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	5	5	10
Kurang Baik	3	17	18	51
Baik	4	48	51	192
Sangat Baik	5	24	26	120
Total		94	100	373

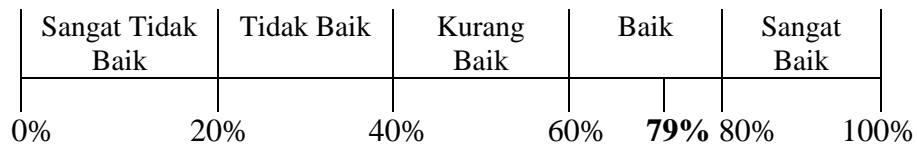
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{373}{94} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinuum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan produk yang dijual di Swalayan Ada berkualitas dan bervariasi menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah baik, artinya pelanggan menilai produk yang dijual di Swalayan Ada berkualitas dan bervariasi sudah baik.

- c. Petugas kasir dan karyawan Swalayan Ada melayani pelanggan dengan ramah.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.10. Petugas kasir dan karyawan Swalayan Ada melayani pelanggan dengan ramah

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	3	3	6
Kurang Baik	3	21	22	63
Baik	4	40	43	160
Sangat Baik	5	30	32	150
Total		94	100	379

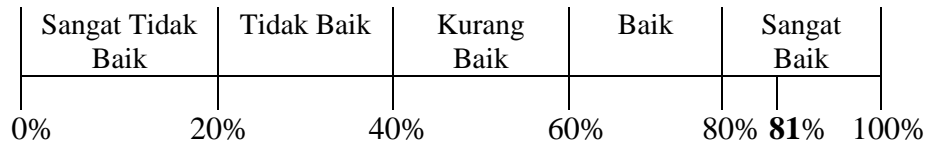
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{379}{5 \times 94} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan petugas kasir dan karyawan Swalayan Ada melayani pelanggan dengan ramah menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya responden memiliki petugas kasir dan karyawan sudah sangat baik dalam melayani pelanggan.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- a. Karyawan Swalayan Ada cepat tanggap dalam menangani masalah.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.11. Karyawan Swalayan Ada cepat tanggap dalam menangani masalah

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	2	2	4
Kurang Baik	3	16	17	48
Baik	4	66	70	264
Sangat Baik	5	10	11	50
Total		94	100	366

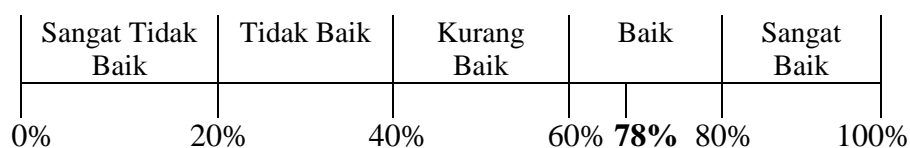
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{366}{94} \times 100\% = 78\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan Swalayan Ada cepat tanggap dalam menangani masalah menunjukkan 78% atau memiliki penilaian pada daerah baik, artinya responden menilai karyawan Swalayan Ada sudah baik dan cepat tanggap dalam menangani masalah.

- b. Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan baik keluhan pelanggan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.12. Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan baik keluhan pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	2	2	4
Kurang Baik	3	26	28	78
Baik	4	32	34	128
Sangat Baik	5	34	36	170
Total		94	100	380

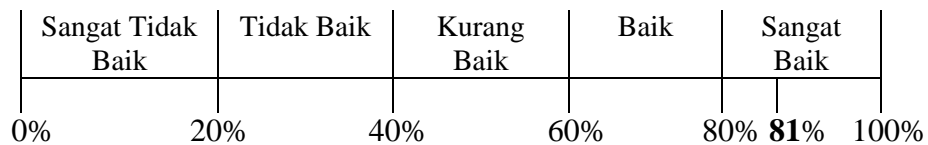
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{380}{5 \times 94} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan baik keluhan pelanggan menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan sangat baik keluhan pelanggan.

- c. Karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.13. Karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	3	3	6
Kurang Baik	3	23	24	69
Baik	4	57	61	228
Sangat Baik	5	11	12	55
Total		94	100	358

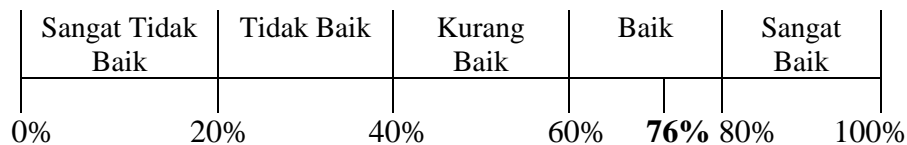
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{358}{5 \times 94} \times 100\% = 76\%$$

Secara kontinuum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah baik, artinya Karyawan Swalayan Ada memberi informasi dengan baik dan jelas kepada pelanggan.

3. Jaminan (*Assurance*)

- Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.14. Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	2	2	4
Kurang Baik	3	17	18	51
Baik	4	44	47	176
Sangat Baik	5	31	33	155
Total		94	100	382

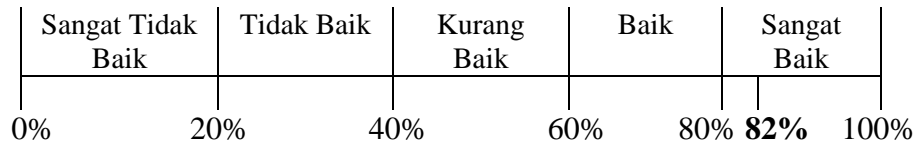
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{382}{5 \times 94} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya menunjukkan 82% atau memiliki penilaian pada sangat baik, artinya konsumen menilai kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya dengan baik.

- b. Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.15. Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	3	3	6
Kurang Baik	3	30	32	90
Baik	4	41	44	164
Sangat Baik	5	20	21	100
Total		94	100	360

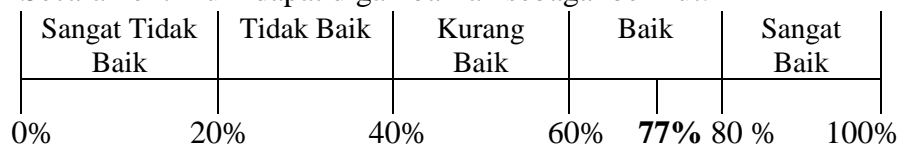
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{360}{5 \times 94} \times 100\% = 77\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada menunjukkan 77% atau memiliki penilaian pada daerah baik, artinya pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada.

- c. Karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.16. Karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	6	6	12
Kurang Baik	3	10	11	30
Baik	4	59	63	236
Sangat Baik	5	19	20	95
Total		94	100	373

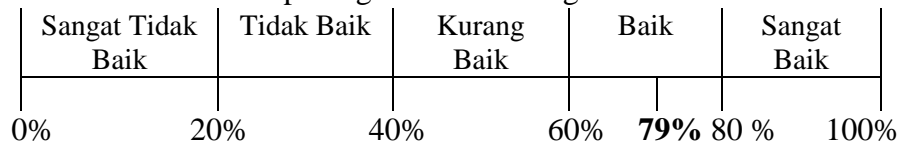
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{373}{5 \times 94} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah baik, artinya konsumen menilai karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan pelayanan

4. Empati (*Empathy*)

- a. Karyawan Swalayan Ada meluangkan waktu dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.17. Karyawan Swalayan Ada meluangkan waktu dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	3	3	6
Kurang Baik	3	17	18	51
Baik	4	55	59	220
Sangat Baik	5	19	20	95
Total		94	100	372

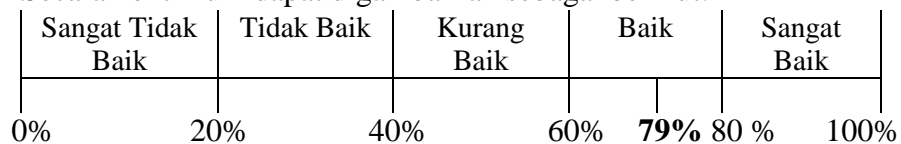
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{372}{5 \times 94} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan karyawan Swalayan Ada meluangkan waktu dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah kurang baik, artinya responden karyawan Swalayan Ada meluangkan waktu memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan.

- b. Para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.18. Para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	5	5	10
Kurang Baik	3	19	20	57
Baik	4	44	47	176
Sangat Baik	5	26	28	130
Total		94	100	373

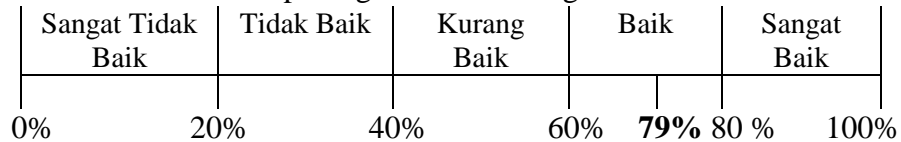
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{373}{5 \times 94} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah baik, artinya konsumen menilai para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.

- c. Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.19. Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	5	5	10
Kurang Baik	3	7	7	21
Baik	4	57	61	228
Sangat Baik	5	25	27	125
Total		94	100	384

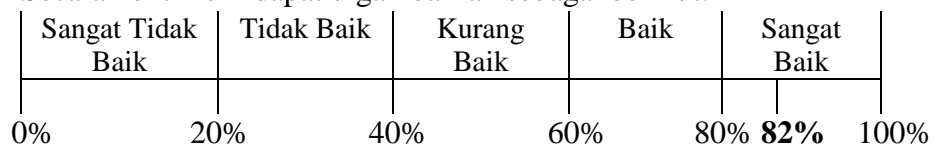
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{384}{5 \times 94} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan

menunjukkan 82% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik, artinya konsumen menilai para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan dengan sangat baik

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

- a. Kebersihan toko dan kenyamanan dalam berbelanja baik dari segi fasilitas (AC, keranjang, troli).

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.20. Kebersihan toko dan kenyamanan dalam berbelanja baik dari segi fasilitas (AC, keranjang, troli)

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	1	1	2
Kurang Baik	3	18	19	54
Baik	4	48	51	192
Sangat Baik	5	27	29	135
Total		94	100	383

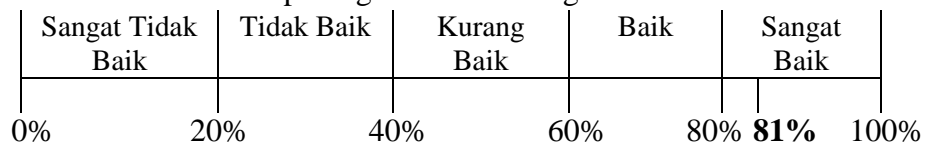
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{383}{5 \times 94} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan kebersihan toko dan kenyamanan dalam berbelanja baik dari segi fasilitas (AC, keranjang, troli) menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah baik.

- b. Penampilan karyawan dan petugas kasir rapih dan bersih.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.21. Penampilan karyawan dan petugas kasir rapih dan bersih

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	2	2	4
Kurang Baik	3	18	19	54
Baik	4	56	60	224
Sangat Baik	5	18	19	90
Total		94	100	372

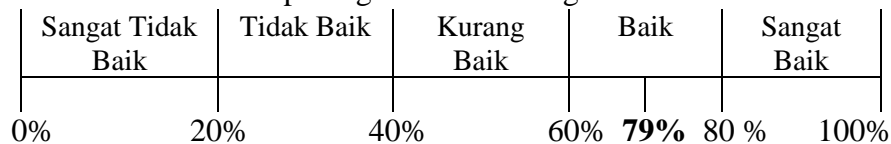
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{372}{5 \times 94} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Penampilan karyawan dan petugas kasir rapih dan bersih menunjukkan 79% atau memiliki penilaian pada daerah baik.

- c. Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.22. Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0
Tidak Baik	2	2	2	4
Kurang Baik	3	16	17	48
Baik	4	47	50	188
Sangat Baik	5	29	31	145
Total		94	100	385

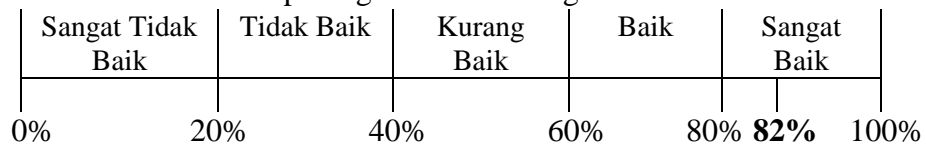
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{385}{5 \times 94} \times 100\% = 82\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas menunjukkan 82% atau memiliki penilaian pada daerah sangat baik.

Tabel 4.23

Hasil dan Rata – Rata Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan (X)

Item Pernyataan	Skor Total	Tanggapan Responden	Rata-Rata Per Indikator
Keandalan (<i>Reliability</i>)			
1. Petugas kasir Swalayan Ada melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat	381	81%	80%
2. Produk yang dijual di Swalayan Ada berkualitas dan bervariasi	373	79%	
3. Petugas kasir dan karyawan Swalayan Ada melayani pelanggan dengan ramah	379	81%	
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
4. Karyawan Swalayan Ada cepat tanggap dalam menangani masalah	366	78%	78%
5. Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan baik keluhan pelanggan	380	81%	
6. Karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan	358	76%	
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
7. Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisinya	386	82%	79%
8. Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada	360	77%	
9. Karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	373	79%	
Empati (<i>Empathy</i>)			
10. Karyawan Swalayan Ada meluangkan waktu dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan	372	79%	80%
11. Para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan	373	79%	
12. Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan	384	82%	
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)			
13. Kebersihan toko dan kenyamanan dalam berbelanja baik dari segi fasilitas (AC, keranjang, troli)	383	81%	81%

14. Penampilan karyawan dan petugas kasir rapih dan bersih	372	79%	
15. Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas	385	82%	
Rata-rata			80%

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari lima indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata adalah 80% sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada kategori sangat baik. Nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya, Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan, dan Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas sebesar 82%, sedangkan nilai rata-rata terendah pada pernyataan Karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan sebesar 76%.

Tabel 4.24 Sebaran Nilai Interval Kualitas Pelayanan

Interval Nilai	Skor Rata-rata	Keterangan
76 – 100	80	Sangat Baik
70 – 75		Baik
50 – 69		Kurang Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Sumber: Sugiyono (2018)

4.4.2. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

Untuk pengukuran variabel kepuasan konsumen terdapat empat indikator antara lain:

1. Konfirmasi harapan

- a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.25. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	24	8
Kurang Setuju	3	16	18	48
Setuju	4	50	40	200
Sangat Setuju	5	24	18	120
Total		94	100	376

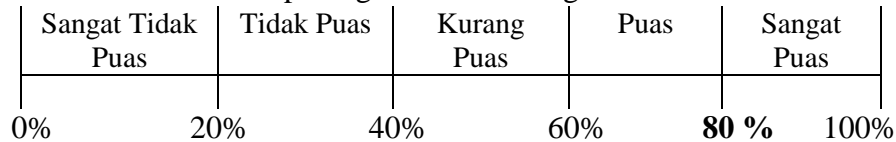
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{376}{5 \times 94} \times 100\% = 80\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan menunjukkan 80% atau memiliki penilaian pada daerah sangat puas.

- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.26. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	6	6	12
Kurang Setuju	3	12	13	36
Setuju	4	47	50	188
Sangat Setuju	5	29	31	145
Total		94	100	381

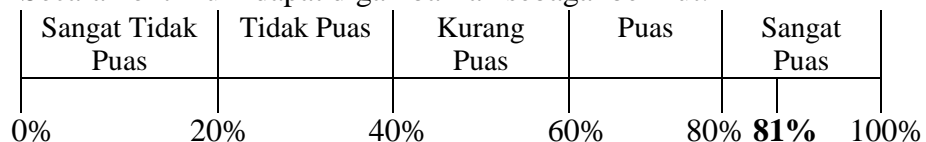
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{381}{5 \times 94} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan menunjukkan 81% atau memiliki penilaian pada daerah sangat puas.

2. Minat pembelian ulang

- a. Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.27. Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	7	7	14
Kurang Setuju	3	24	26	72
Setuju	4	39	41	156
Sangat Setuju	5	24	26	120
Total		94	100	362

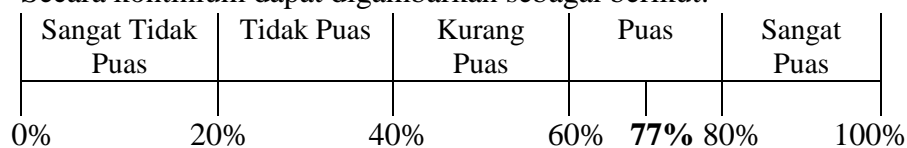
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{362}{5 \times 94} \times 100\% = 77\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada menunjukkan 77% atau memiliki penilaian puas terhadap pernyataan tersebut.

- b. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.28. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	0
Kurang Setuju	3	16	17	8
Setuju	4	59	63	48
Sangat Setuju	5	15	16	236
Total		94	100	367

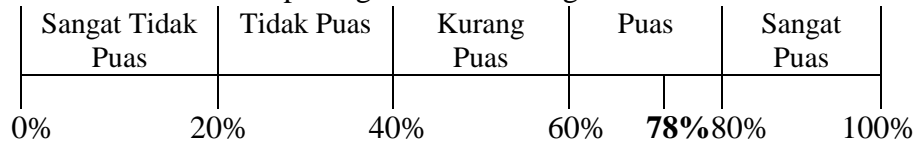
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{367}{5 \times 94} \times 100\% = 78\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan menunjukkan 78% atau responden puas terhadap pernyataan tersebut.

- c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.29. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	2	2	4
Kurang Setuju	3	17	18	51
Setuju	4	48	51	192
Sangat Setuju	5	27	29	135
Total		94	100	382

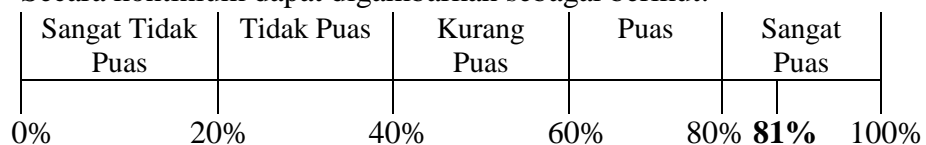
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{382}{5 \times 94} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai menunjukkan 81% atau responden puas terhadap pernyataan tersebut.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

- a. Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.30. Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	3	3	6
Kurang Setuju	3	30	32	90
Setuju	4	52	55	208
Sangat Setuju	5	9	10	45
Total		94	100	349

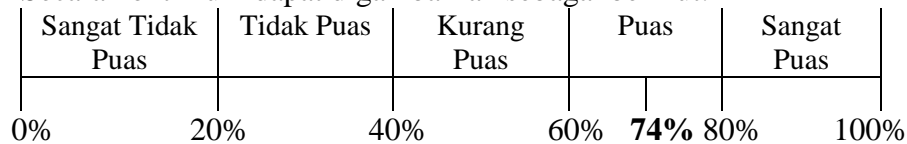
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{349}{5 \times 94} \times 100\% = 74\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon menunjukkan 74% atau responden puas terhadap pernyataan tersebut.

- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.31. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	2	2	4
Kurang Setuju	3	17	18	51
Setuju	4	48	51	192
Sangat Setuju	5	27	29	135
Total		94	100	382

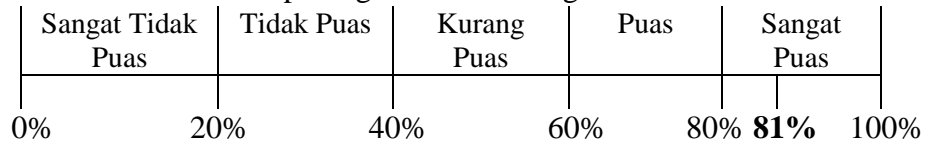
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{382}{5 \times 94} \times 100\% = 81\%$$

Secara kontinuum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan menunjukkan 81% responden puas terhadap pernyataan tersebut.

- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.32. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Tidak Setuju	2	4	4	8
Kurang Setuju	3	28	30	84
Setuju	4	43	46	172
Sangat Setuju	5	19	20	95
Total		94	100	359

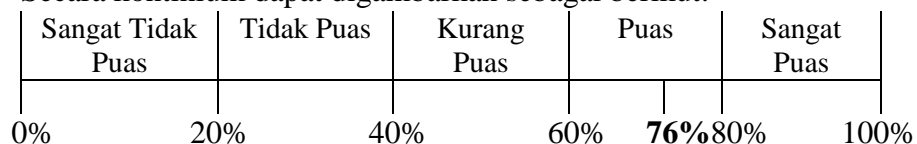
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{359}{5 \times 94} \times 100\% = 76\%$$

Secara kontinuum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai menunjukkan 76% atau responden puas terhadap pernyataan tersebut.

4. Ketidakpuasan konsumen

- a. Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.33. Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Puas	5	19	20	95
Tidak Puas	4	57	61	228
Kurang Puas	3	16	17	48
Puas	2	2	2	4
Sangat Puas	1	0	0	0
Total		94	100	375

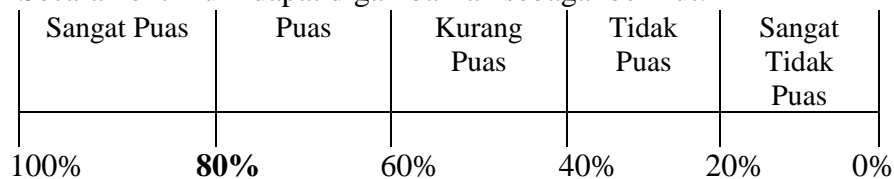
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{375}{5 \times 94} \times 100\% = 80\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen menunjukkan 80% atau responden menilai pelayanan yang diberikan sudah sesuai harapan.

- b. Ketidakpuasan terhadap harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk yang di tawarkan.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.34 Ketidakpuasan terhadap harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk yang di tawarkan

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Puas	5	17	18	85
Tidak Puas	4	50	53	200
Kurang Puas	3	24	26	72
Puas	2	3	3	6
Sangat Puas	1	0	0	0
Total		94	100	363

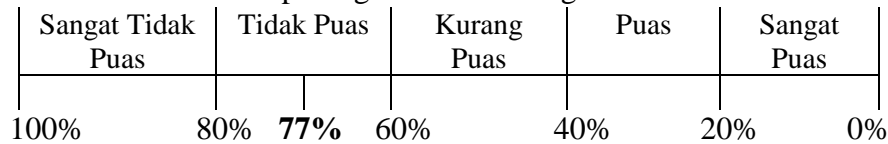
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{363}{5 \times 94} \times 100\% = 77\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan ketidakpuasan terhadap harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk yang ditawarkan menunjukkan 77% atau responden menilai konsumen puas terhadap harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk yang di tawarkan.

- c. Produk dan fasilitas yang diberikan oleh Swalayan Ada tidak lengkap.

Berikut adalah tanggapan dari responden yang disajikan dalam tabel:

Tabel 4.35 Produk dan fasilitas yang diberikan oleh Swalayan Ada tidak lengkap

Jawaban Responden	Bobot	Jumlah	%	Skor
Sangat Tidak Puas	5	25	27	125
Tidak Puas	4	46	49	184
Kurang Puas	3	18	19	54
Puas	2	5	5	10
Sangat Puas	1	0	0	0
Total		94	100	373

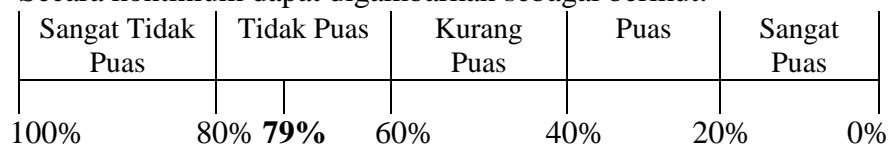
Sumber : Data Primer, diolah tahun 2023

Sehingga dapat dirumuskan tingkat persetujuannya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{\text{Jumlah skor yang diperoleh dari penelitian}}{\text{Jumlah skor ideal untuk keseluruhan item}} \times 100\%$$

$$\text{Tingkat Persetujuan} = \frac{373}{5 \times 94} \times 100\% = 79\%$$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Berdasarkan tanggapan responden mengenai pernyataan Produk dan fasilitas yang diberikan oleh Swalayan Ada Bogor tidak lengkap menunjukkan 79% atau responden menilai bahwa produk dan fasilitas yang diberikan Swalayan Ada lengkap.

Tabel 4.36
 Hasil dan Rata – Rata Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)

Item Pernyataan	Skor Total	Tanggapan Responden	Rata-Rata Perindikator
Keputusan pemilihan produk			
1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	376	80%	81%
2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	381	81%	
Minat pembelian ulang			
3. Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada	362	77%	79%
4. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan	367	78%	
5. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	382	81%	
Kesediaan Merekomendasikan			
6. Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon	349	74%	77%
7. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan	382	81%	
8. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	359	76%	
Ketidakpuasan konsumen			
9. Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen	375	80%	79%
10. Ketidakpuasan terhadap harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk yang di tawarkan	363	77%	
11. Produk dan fasilitas yang diberikan oleh Swalayan Ada tidak lengkap	373	79%	
Rata-rata			79%

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel kepuasan konsumen, total skor rata-rata dari empat indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata adalah 79% sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada kategori sangat puas. Nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai dan pernyataan Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan sebesar 79%, sedangkan nilai rata-rata terendah pada pernyataan Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon sebesar 74%.

Tabel 4.37 Sebaran Nilai Interval Kepuasan Konsumen

Interval Nilai	Skor Rata-rata	Keterangan
76 – 100	79	Sangat Baik
70 – 75		Baik
50 – 69		Kurang Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

4.4.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh model regresi dengan estimasi yang tepat dan tidak bias. Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program statistic secara *Two-tailed* (pengujian dua sisi). Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas. Asumsi klasik yang harus dipenuhi oleh model regresi itu sendiri adalah residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas yang artinya antara variabel independen dalam model regresi tidak memiliki korelasi atau hubungan secara sempurna ataupun mendekati sempurna, tidak adanya heteroskedastisitas atau model regresi adalah homoskedastisitas yang artinya *variance* variabel independen dari satu pengamatan ke pengamatan lain adalah konstan atau sama dan tidak adanya autokorelasi (non-autokorelasi) yang artinya kesalahan pengganggu dalam model regresi tidak saling berkorelasi.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Data yang terdistribusi secara normal berarti data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Distribusi normal data dengan bentuk distribusi normal dimana data memusat pada nilai rata-rata dan median.

Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Dalam penelitian ini menggunakan kedua cara tersebut. Analisis statistik merupakan cara yang dianggap lebih valid dengan menggunakan keruncingan kurva untuk mengetahui bentuk distribusi data. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Smirnov* (K-S). jika hasil *Kolmogrov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan diatas 0,05 maka data residual terdistribusi dengan normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05 (Sign. > 0,05). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.38.

Tabel 4.38. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78867740
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.055
	Negative	-.112
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.205 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

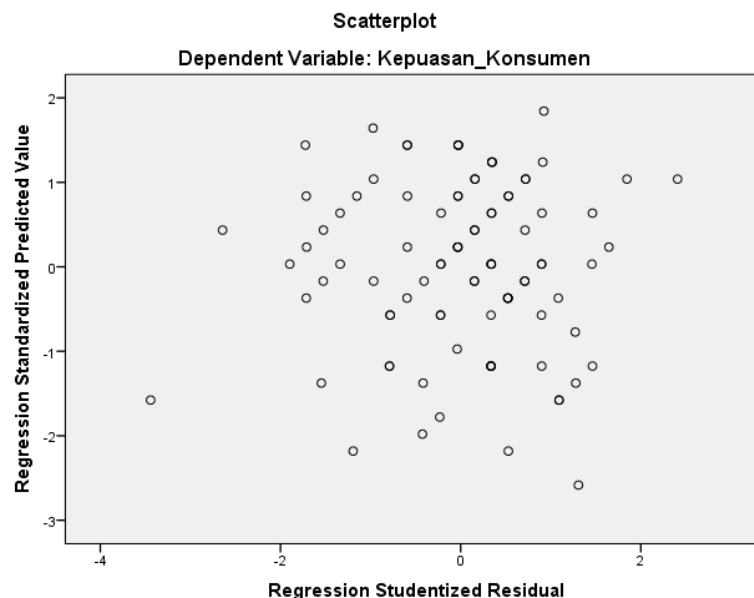
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan IBM SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.38 di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai Asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,205. Maka, dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dimana data memiliki Asymp. Sign. (2-tailed) yaitu 0,205 lebih besar dari 0,05 ($0,205 > 0,05$) maka nilai residual dari nilai uji tersebut data telah normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas diperlukan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat masalah heteroskedastisitas atau tidak mengenai data yang digunakan. Berikut merupakan grafik yang menjelaskan ada tidaknya masalah heteroskedastisitas dalam penelitian.



Gambar 4.1. Scatterplot Heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan IBM SPSS 24. dapat diketahui bahwa plot atau titik-titik menyebar secara merata baik di atas garis nol, serta tidak menumpuk di satu titik sehingga dapat disimpulkan bahwa pada uji statistik ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas pada data penelitian. Hal ini menunjukkan

bahwa dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

4.4.4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan uji hipotesis secara parsial (Uji t).

- a. Jika nilai P-Value $< 0,05$; maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai P-Value $> 0,05$; maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat.

Nilai t_{tabel} dengan menggunakan nilai $\alpha = 0,05$ dan $df = n - 2 (94 - 2) = 92$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar $= 1,986$

Tabel 4.39 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.492	2.253		1.550	.125
Kualitas_Pelayanan	.665	.038	.879	17.722	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Outpus IBM SPSS 24

Berdasarkan tabel di atas, nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (17,722 > 1,986)$, dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Ada.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Semakin hasilnya mendekati 1 maka semakin baik regresi karena mampu menjelaskan data dan aktualnya, semakin mendekati 0 maka mempunyai regresi yang kurang baik. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 ^a	.773	.771	1.79837

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Outpus IBM SPSS 24

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 77,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan sebesar 77,3%, sedangkan sisanya sebesar 22,7% ($100\% - 77,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak peneliti teliti.

4.5. Pembahasan

Hasil uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($17,722 > 1,986$), dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan Karyawan Swalayan Ada Bogor, maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen.

Hasil rata – rata tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan “kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya. Dalam dunia *marketing*, *product knowledge* adalah salah satu dasar yang cukup penting. *Product knowledge* dapat meningkatkan kepercayaan diri tim pemasaran yang dapat berujung pada peningkatan penjualan secara keseluruhan. Dengan mengetahui *product knowledge* yang baik, peluang terjualnya produk akan lebih besar yang tentunya akan berdampak pada kepuasan konsumen. Kemudian nilai rata-rata tertinggi selanjutnya pada pernyataan karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pasti pernah menghadapi keluhan dari pelanggannya, baik itu terkait produk, layanan, maupun pengalaman yang kurang memuaskan. Sehingga dengan perhatiannya karyawan terhadap keluhan konsumen, kebutuhan atau harapan konsumen yang dapat terpenuhi yang tentunya berdampak pada kepuasan konsumen. Pernyataan selanjutnya dengan nilai tertinggi yaitu ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas. Ketersediaan tempat parkir merupakan salah satu daya tarik kunjungan ke pusat Swalayan Ada. Dengan tersedianya tempat parkir yang luas dengan pelayanan yang lebih baik mempermudah konsumen agar tidak kesulitan membawa barang banyak dari dan ke tempat parkir.

Sedangkan nilai rata-rata terendah pada variabel kualitas pelayanan pada pernyataan karyawan Swalayan Ada Bogor memberi informasi yang jelas kepada pelanggan sebesar 76%. Kemampuan komunikasi yang baik merupakan dasar utama untuk menumbuhkan bisnis. Apabila berkomunikasi dengan baik, tingkat kepuasan pun akan mengalami peningkatan, karena komunikasi dapat membawa konsume lebih percaya dan lebih yakin untuk terus menggunakan produk yang diberikan. Namun faktanya karyawan Swalayan Ada dalam memberikan informasi baik mengenai produk maupun penyelesaian keluhan tidak jelas dan sering terjadi miskomunikasi. Komunikasi yang lemah dengan konsumen dapat menjadikan hubungan yang lebih jauh dengan pelanggan. Komunikasi yang buruk di tempat kerja pasti akan menuntun karyawan tidak dapat meningkatkan produktivitas kinerjanya, sehingga dapat berakibat terjadinya penghambatan tercapainya tujuan perusahaan. Sehingga upaya perbaikannya dengan membangun tim yang efektif yaitu anggota tim itu berkomunikasi dan bekerja sama. Dengan menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan komunikasi akan mampu membangun tim yang efektif. Selanjutnya akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada variabel kepuasan konsumen, nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. Hal ini menunjukkan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan karyawan Swalayan Ada dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat

mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan setia.

Selanjutnya pernyataan “berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai”. Hal ini berarti konsumen puas dan bersedia untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk-produk yang dijual di Swalayan Ada. Banyaknya produk yang tersedia di Swalayan Ada, terdapat tempat parkir yang luas menjadi konsumen muncul rasa puas terhadap suatu produk dan harapan-harapannya.

Selanjutnya pernyataan “menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan”, hal ini karena karyawan memastikan kepuasan konsumen harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan bisnis. Semakin tinggi tingkat kepuasan yang dapat diberikan oleh produsen akan membuat konsumen semakin percaya dalam menggunakan produknya atau bisa disebut juga perusahaan mendapatkan konsumen yang loyal dan akan berdampak pada merekomendasikan ke semua orang untuk berkunjung ke Swalayan Ada.

Sedangkan nilai rata-rata terendah variabel kepuasan konsumen pada pernyataan menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon sebesar 74%. Menawarkan potongan harga pada konsumen merupakan cara tercepat untuk menarik mereka ke dalam bisnis. Namun hal ini tidak dilakukan oleh Swalayan Ada. Ketidakkonsistenan Swalayan Ada dalam memberikan potongan harga menjadikan konsumen kurang puas. Sehingga strategi yang perlu dilakukan perusahaan yaitu 1) Diskon Bundel yaitu dengan mengelompokkan produk serupa atau pelengkap dan memberikan harga total yang lebih rendah daripada jika dijual terpisah. Diskon bundel dapat meningkatkan jumlah item yang dijual dan pada akhirnya meningkatkan nilai pesanan rata-rata. Cara ini juga bisa cara terbaik untuk menjual stok yang kurang populer atau lama dengan menggabungkannya dengan sesuatu yang lebih bernilai di mata pelanggan, 2) Diskon Musiman yaitu potongan harga yang diberikan untuk produk atau layanan dalam musim tertentu seperti musim liburan, natal, tahun baru, lebaran dan masih banyak lagi. Pada musim-musim tertentu pelanggan cenderung melakukan pembelian secara impulsif sebagai pelengkap di hari perayaan tersebut, 3) Diskon Anggota Loyalitas yaitu dengan menawarkan program loyalitas merupakan cara yang bagus untuk menunjukkan pada pelanggan loyal bahwa perusahaan menghargai konsumen. Swalayan Ada bisa memberikan diskon khusus kepada pelanggan loyal. Swalayan Ada memberikan diskon kepada konsumen berdasarkan kebiasaan pembelian. Menggunakan taktik ini dapat membantu bisnis untuk menjual produk lebih banyak kepada konsumen yang tentunya akan meningkatnya kepuasan konsumen, 4) Diskon Volume yaitu dengan potongan harga yang diberikan pada pelanggan yang melakukan pembelian dalam jumlah yang sangat banyak. Semakin banyak produk yang dibeli, maka akan semakin terjangkau harga yang didapatkan.

Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah

merasa puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang dan konsumen akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada konsumen melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan (Yanto, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan hal yang amat penting khususnya dalam pemasaran produk. Pada dasarnya kualitas pelayanan sangat diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yakni pelayanan yang diberikan mampu melampaui harapan dari konsumen. Dampak dari kualitas pelayanan yang baik adalah kebutuhan konsumen terpenuhi dan mampu menarik hati konsumen atau minat dari konsumen. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari konsumen maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari penerima pelayanan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Yanto, 2020) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen. Hasil penelitian Poluan (2021) juga menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Ada Bogor**”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari lima indikator tersebut adalah 80% sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada kategori sangat baik. Nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya, Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan, dan Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas sebesar 82%, sedangkan nilai rata-rata terendah pada pernyataan Karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan sebesar 76%.
2. Pada variabel kepuasan konsumen, total skor rata-rata dari empat indikator tersebut adalah 79% sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada kategori sangat puas. Nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai dan pernyataan Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan sebesar 79%, sedangkan nilai rata-rata terendah pada pernyataan Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon sebesar 74%.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Ada. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig untuk pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $17,722 > 1,986$. Nilai koefisien determinasi sebesar 77,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan sebesar 77,3%, sedangkan sisanya sebesar 22,7% (100%-77,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak peneliti teliti

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat ditarik dan untuk meningkatkan kepuasan konsumen hendaknya dilakukan:

1. Hasil uji deskriptif menunjukkan pernyataan terendah karyawan Swalayan Ada memberi informasi kurang jelas kepada pelanggan sebesar 76%, Sehingga upaya perbaikannya dengan membangun tim yang efektif yaitu anggota tim itu berkomunikasi dan bekerja sama. Dengan menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan komunikasi akan mampu membangun tim yang efektif. Selanjutnya akan meningkatkan kepuasan konsumen
2. Hasil uji deskriptif menunjukkan pernyataan terendah yaitu tidak adanya potongan harga di setiap akhir bulan sebesar 74%. Ketidakkonsistenan Swalayan Ada dalam memberikan potongan harga menjadikan konsumen kurang puas. Sehingga strategi yang perlu dilakukan perusahaan yaitu 1) Diskon Bundel, 2) Diskon Musiman, 3) Diskon Anggota Loyalitas, 4) Diskon Volume
3. Disarankan kepada peneliti mendatang untuk memperluas obyek penelitian, tidak hanya di Swalayan Ada, tetapi juga di toko lainnya, variabel penelitian diperbanyak dan pengambilan data tidak ditekankan pada kuesioner, tetapi juga perlu dilakukan wawancara mendalam sehingga interpretasi secara kualitatif menjadi dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, N.M. (2018). *Administrasi publik untuk pelayanan publik*. Bandung: Alfabeta.
- American Marketing Association (AMA) (2016). yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran.
- Anggriawan, J dan Ayu, I, SB. (2016). *Pengaruh Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt. Finele (Amala Gold Shop) Pasar Atom Mall Surabaya*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. <https://core.ac.uk/download/pdf/229336584.pdf>
- Ardane, N., Wijaya, N.S.W., Dewi, L.G.L.K. (2017). *FAktor-faktor yang mempengaruhi kualitas kualitas pelayanan pada scoot fast cruises di bali*. Jurnal IPTA, 5(1), 1-13.
- Armstrong, Kotler . (2015), “*Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Elisabeth, P.,J et all. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis <https://doi.org/10.35797/jab.v5.i002.%25p>
- Irum. (2016). “*Pengaruh Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Rumah pada Perumahan D’Cassablanca di Samarinda*”. E-Journal Administrasi Bisnis. Vol. 4, No. 2, Hal: 590-604
- Jangko. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Journal of Economic and Business Education. ISSN 2963-508X (Online) 2963-5160 (Cetak)
- Kotler, P., Armstrong, G, (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- (2016). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Erlangga
- , Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Parasuraman, V A. Z, & Leonard L. B, (2018). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, *Journal of Marketing*,
- Poluan. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Golden Supermarket Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vo. 1 No. 2*

- Rahman. (2019). Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pt yudha swalayan jakarta. *Jurnal ilmu pengetahuan dan teknologi komputer*. Vol. 4. NO. 2 Februari 2019 E-ISSN: 2527-4864
- Siregar, S. (2014). *Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suyoto, S. Dan Shodik, A, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa. Edisi Pert. Malang.*: Bayu Media Publishing.
- Yanto, R.T.Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Maskapai Penerbangan Xpress Air Bandung. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran ISSN : 2087-3077 Volume 10, Nomor 2, September 2020*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

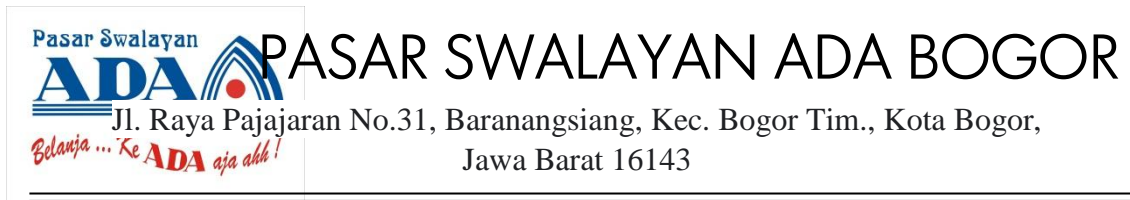
Nama : Reza Septian Anggara
Alamat : Kp. Cijeruk, Desa. Sukamanah, Kec.Megamendung,
Kabupaten Bogor
Tempat Tanggal Lahir : Bogor, 14 September 1997
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
E-mail : rezaseptiananggara16@gmail.com
Pendidikan

- SDN : Jambuluwuk 02
- SMP : Sumpah Pemuda 2
- SMK : Sumpah Pemuda 2 (Tata Niaga)
- Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan

Bogor, Juni 2023
Peneliti,

(Reza Septian Anggara)

Lampiran 1



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Badan Pengelola Pasar Swalayan Ada Bogor menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Reza Septian Anggara

NPM : 021118016

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah melaksanakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Ada Bogor**” dari tanggal 6 Februari 2023 sampai tanggal 28 Februari 2023.

Demikian surat ini di buat untuk dijadikan pertimbangan dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Bogor, 28 Februari 2023
Kepala Badan Pengelola Pasar

Weni Nanda Aulia

Lampiran 2



KUESIONER PENELITIAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

Salam Hormat,

Perkenalkan nama saya Reza Septian Anggara (021118016) saya mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Saya ingin meminta partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Ada Bogor”**.

Penelitian tersebut menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Maka dari itu saya mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan meluangkan waktu dan mengisi kuesioner di bawah ini dengan lengkap dan sesuai ketentuan. Adapun seluruh jawaban yang dituliskan pada kuesioner ini akan saya jaga kerahasiaannya.

Atas partisipasi saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan atau kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Reza Septian Anggara
021118016

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin : Laki – Laki / Perempuan

Usia :
 15-20 Tahun
 21 – 30 Tahun
 31 - 40 Tahun
 > 41 Tahun

Pendidikan Terakhir :
 SMP
 SMA
 Sarjana

Pekerjaan :
 Pelajar/Mahasiswa
 Wiraswasta
 Pegawai Swasta
 Pegawai Negeri Sipil

PETUNJUK PENGISIAN

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan pendapat dengan cara memberikan tanda silang (X) di antara nomor 1 sampai nomor 5, dengan petunjuk sebagai berikut:

1. SST = Sangat Setuju
2. ST = Setuju
3. KS = Kurang Setuju
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat Tidak Setuju

KUALITAS PELAYANAN (X)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Keandalan (<i>Reliability</i>)						
1	Petugas kasir Swalayan Ada melakukan proses pembayaran dengan cepat akurat					
2	Produk yang dijual di Swalayan Ada berkualitas dan bervariasi					
3	Petugas kasir dan karyawan Swalayan Ada melayani pelanggan dengan ramah					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
4	Karyawan Swalayan Ada cepat tanggap dalam menangani masalah					
5	Karyawan Swalayan Ada bersedia menanggapi dengan baik keluhan pelanggan					
6	Karyawan Swalayan Ada memberi informasi yang jelas kepada pelanggan					
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
7	Kemampuan karyawan Swalayan Ada dalam memahami produk yang dijual baik dalam segi penepatan produk maupun kondisi produknya					
8	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada					
9	Karyawan dan petugas kasir Swalayan Ada memiliki keterampilan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan					
Empati (<i>Empathy</i>)						
10	Karyawan Swalayan Ada meluangkan waktu dalam memenuhi kebutuhan spesifik pelanggan					
11	Para karyawan Swalayan Ada memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan					
12	Para karyawan Swalayan Ada memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan					
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
13	Kebersihan toko dan kenyamanan dalam berbelanja baik dari segi fasilitas (AC, keranjang, troli)					
14	Penampilan karyawan dan petugas kasir rapih dan bersih					
15	Ketersediaan tempat parkir swalayan Ada yang luas					

Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SP	P	KP	TP	STP
Konfirmasi harapan						
1	Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
2	Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
Minat pembelian ulang						
3	Pelanggan merasa aman dan nyaman saat berbelanja di Swalayan Ada					
4	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan					
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai					
Kesediaan Merekomendasikan						
6	Menyarankan teman, saudara atau kerabat untuk membeli produk karena di setiap akhir bulan mendapatkan potongan harga/diskon					
7	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan					
8	Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai					
Ketidakpuasan konsumen						
9	Pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen					
10	Ketidakpuasan terhadap harga yang diberikan oleh penjual terhadap produk yang di tawarkan					
11	Produk dan fasilitas yang diberikan oleh Swalayan Ada tidak lengkap					

Lampiran 4

Tabulasi Hasil Kuesioner
Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan															Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	66
2	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	66
3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	51
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	54
5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	2	4	5	4	5	4	59
6	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	4	2	4	3	4	53
7	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	53
8	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	67
9	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	66
10	4	4	4	4	5	4	5	4	2	5	4	4	5	4	4	62
11	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	54
12	5	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	64
13	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	60
14	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	54
15	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	62
16	3	4	4	2	3	4	4	4	5	2	5	3	4	2	4	53
17	3	5	3	4	5	3	5	3	4	4	5	2	5	3	5	59
18	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	54
19	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	49
20	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	69
21	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	54
22	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	64
23	5	4	5	4	2	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	65
24	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	60
25	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	60
26	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	3	5	4	52
27	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	60
28	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	58
29	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	68
30	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5	2	64
31	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	65
32	4	5	4	4	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	5	63
33	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	50
34	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	4	2	4	4	3	52
35	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	62

No	Pernyataan															Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
36	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	49
37	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	57
38	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	66
39	4	5	4	2	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	63
40	4	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	60
41	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	57
42	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	4	65
43	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	58
44	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	54
45	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	61
46	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	60
47	3	5	3	4	3	5	3	5	3	4	3	5	3	4	5	58
48	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	54
49	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	4	47
50	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	3	5	4	65
51	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	4	2	4	4	3	52
52	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	58
53	5	3	5	4	4	3	5	5	4	4	3	5	4	5	4	63
54	5	5	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	57
55	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	62
56	3	4	3	3	4	3	5	3	5	4	3	4	3	4	4	55
57	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	64
58	5	4	5	4	2	3	4	4	4	4	5	4	2	4	5	59
59	5	4	5	4	5	2	5	2	5	4	5	4	5	5	5	65
60	4	4	3	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	61
61	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	67
62	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	59
63	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	65
64	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	56
65	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	67
66	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	57
67	4	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	65
68	5	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	5	4	4	4	57
69	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	67
70	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	60
71	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	64
72	5	5	3	4	4	4	2	3	4	5	3	4	5	4	4	59
73	4	4	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	63
74	4	3	2	4	3	4	4	3	4	5	2	4	4	4	4	54
75	2	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	3	5	63
76	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	5	59

No	Pernyataan															Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
77	3	5	5	4	5	3	5	5	4	5	2	2	5	4	4	61
78	5	4	3	4	3	4	4	3	2	4	5	4	5	3	5	58
79	3	4	5	4	5	2	5	5	4	5	3	4	4	4	4	61
80	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	5	3	5	60
81	5	2	5	4	5	3	5	5	4	4	3	5	4	5	5	64
82	4	4	5	4	5	4	5	5	2	5	3	5	5	4	4	64
83	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	57
84	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	3	67
85	4	4	3	5	4	4	4	3	2	3	4	4	5	5	4	58
86	3	3	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	4	4	62
87	4	4	5	3	5	3	5	5	4	5	2	5	4	3	3	60
88	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	58
89	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	3	5	5	4	5	67
90	5	4	5	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	61
91	3	4	3	4	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	4	60
92	5	4	5	3	5	3	4	4	5	4	5	4	3	4	5	63
93	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	59
94	4	4	5	3	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	3	61

Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	48
2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	49
3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	37
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	41
5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	2	4	43
6	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	36
7	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	41
8	5	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	47
9	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	48
10	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	46
11	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	42
12	5	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	47
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
14	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	40
15	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	45
16	3	3	2	2	4	4	4	4	5	2	5	38
17	3	3	5	3	5	3	5	3	3	4	5	42
18	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	40
19	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	4	34
20	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	51
21	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	38
22	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	47
23	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	51
24	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	46
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	32
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
28	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
29	4	5	5	5	4	3	4	5	4	5	3	47
30	5	5	3	5	2	4	5	4	5	4	4	46
31	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	48
32	4	5	4	4	5	5	4	5	4	2	4	46
33	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	36
34	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	40
35	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	5	42
36	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	37
37	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	40
38	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	48
39	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	48

No	Pernyataan											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
40	2	2	4	3	4	5	4	4	3	5	4	40
41	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	40
42	5	5	5	3	4	3	5	4	5	4	5	48
43	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	44
44	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	40
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	45
47	3	2	3	4	5	5	3	5	3	4	2	39
48	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	40
49	5	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	37
50	5	4	2	5	4	4	3	4	5	4	5	45
51	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	43
53	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	3	47
54	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	43
55	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	45
56	3	4	3	4	4	3	5	3	5	4	2	40
57	2	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	43
58	5	4	2	4	5	3	4	4	4	4	5	44
59	5	4	5	5	5	2	5	2	5	4	5	47
60	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	47
61	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	48
62	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	43
63	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	50
64	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	43
65	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	48
66	3	5	2	4	4	4	3	4	4	4	4	41
67	4	2	5	4	5	5	5	3	5	4	5	47
68	4	5	4	4	4	4	3	2	4	3	4	41
69	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	48
70	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	43
71	2	4	5	3	5	3	5	4	5	4	5	45
72	5	5	3	4	4	4	2	3	4	4	3	41
73	3	4	5	3	5	2	5	4	5	4	5	45
74	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	38
75	2	4	5	3	4	3	4	4	5	4	5	43
76	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3	5	44
77	4	5	3	4	4	3	5	5	4	4	3	44
78	4	4	5	3	5	2	4	4	4	3	5	43
79	4	4	3	4	4	3	5	5	2	5	2	41
80	5	4	5	3	5	4	4	3	4	3	5	45

No	Pernyataan											Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
81	4	5	4	5	4	3	5	5	3	5	3	46
82	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	3	44
83	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	42
84	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5	3	45
85	4	4	5	5	4	4	4	2	4	3	4	43
86	3	5	4	4	4	3	4	5	3	3	2	40
87	4	4	2	3	3	3	5	5	4	5	3	41
88	4	4	4	4	5	4	4	3	2	3	4	41
89	5	5	5	4	5	3	5	5	4	3	3	47
90	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	43
91	3	5	3	4	4	3	4	5	4	5	3	43
92	5	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5	46
93	3	5	3	3	4	3	4	4	4	3	4	40
94	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	44