



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA TOKO ALFAMIDI RINGROAD 3**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**LIKA HERLIANA**  
NPM 1615311107

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN  
PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : LIKA HERLIANA  
NPM : 1615311107  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : S1 (STRATA SATU)  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA TOKO ALFAMIDI RINGROAD 3

KETUA PROGRAM STUDI

  
RAMADHAN HARAHAHAP, SE., S.Psi., M.Si

PEMBIMBING I

  
MIPTAH EL FIKRI, SE., M.Si

MEDAN, JUNI 2021



Dr. ONNY MEDALINE, S.H, M.Kn

PEMBIMBING II

  
ANNISA SANNY, SE., M.M



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN**

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP  
FAKULTAS SOSIAL SAINS UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

**PERSETUJUAN UJIAN**

NAMA : LIKA HERLIANA  
NPM : 1615311107  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
JENJANG : S1 (STRATA SATU)  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA TOKO ALFAMIDI RINGROAD 3

MEDAN, JUNI 2021

KETUA

SAMRIN, SE., M.M

ANGGOTA II

ANNISA SANNY, SE., M.M

ANGGOTA I

MIFTAH EL FIKRI, SE., M.Si

ANGGOTA III

M. DHARMA T. PUTRA NST, SE., MM

ANGGOTA IV

Dr. MUHAMAD TOYIB DAULAY, SE., MM



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lika Herliana  
NPM : 1615311107  
Fakultas/Program Studi : Sosial Sains/Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Alfamidi Ringroad 3


Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas *Royalti Non-Eksklusif* kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Juni 2021

Peneliti,

  
Lika Herliana



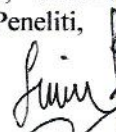
## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lika Herliana  
NPM : 1615311107  
Fakultas : Sosial Sains  
Program Studi : Manajemen

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi. Sehubungan dengan hal ini, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang. Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan semestinya.

Medan, Juni 2021  
Peneliti,

  
Lika Herliana





YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

## UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
MEDAN - INDONESIA

Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

### LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : LIKA HERLIANA  
NPM : 1615311107  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
Dosen Pembimbing : Miftah El Fikri, SE., M.Si  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Alfamidi Ringroad 3

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
30 September 2020	ACC Sempro Pembimbing I	Disetujui	
02 Oktober 2020	berita acara	Revisi	
09 November 2020	pakai logo pancabudi diatas kuesioner .... dihalaman terakhir taruh expand variabel ...isi 1 indikator satu pernyataan saja	Revisi	
28 Januari 2021	bagaimana datanya kok belum ada progress	Revisi	
29 April 2021	periksa yang saya coret2 dek, tolonglah tulisan dirapikan berantakan kali itu dek ... lihat nilai yg tidak valid ada yg saya linkari (mungkin adek salah ngenitri), kuesioner expand gak usah dimasukin...yg variabel utama saja	Revisi	
01 Mei 2021	Selamat ya dek sudah saya ACC	Disetujui	
01 Mei 2021	Berita acara	Revisi	
11 Juni 2021	ACC Jilid LUX selamat ya dek	Disetujui	

Medan, 26 Agustus 2021  
Dosen Pembimbing,



Miftah El Fikri, SE., M.Si



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
 MEDAN - INDONESIA

Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

**LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : LIKA HERLIANA  
 NPM : 1615311107  
 Program Studi : Manajemen  
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
 Dosen Pembimbing : Annisa Sanny, SE., MM  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Alfamidi Ringroad 3

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
01 Oktober 2020	Acc Seminar Proposal	Disetujui	
04 Mei 2021	Mohon cek kembali sesuai highlite kuning.	Revisi	
07 Mei 2021	ACC Meja Hijau	Disetujui	
14 Juni 2021	ACC Jilid Lux	Disetujui	

Medan, 14 Juni 2021  
 Dosen Pembimbing,



Annisa Sanny, SE., MM





UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Elek. 081-8458077 / PO. BOX 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : LIKA HERLIANA  
 Tempat/Tgl. Lahir : Simanungkar / 01 Oktober 1996  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1615311107  
 Program Studi : Manajemen  
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 141 SKS, IPK 3,45  
 Nomor Hp : 085399739984

Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut

No.	Judul
1.	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Alfamidi Ringroad 3

Catatan : Dasar Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

\*Coret Yang Tidak Perlu



Rektor I,

*[Signature]*

( Cahyo Pramono, S.E., M.M. )

Medan, 07 Mei 2021

Pemohon,

*[Signature]*

( Lika Herliana )

Tanggal : .....  
 Disetujui oleh:  
 Dekan  
*[Signature]*  
 ( Dr. Bambang Widjanarka, SE., MM. )

Tanggal : 7 Mei 2021  
 Disetujui oleh:  
 Dosen Pembimbing I:  
*[Signature]*  
 ( Miftah El Fari, SE., M.Si )

Tanggal : .....  
 Disetujui oleh:  
 Ka. Prodi Manajemen  
*[Signature]*  
 ( Ramerthen Harahap, S.E., S. Psi. M.Si. )

Tanggal : 18 Mei 2021  
 Disetujui oleh:  
 Dosen Pembimbing II:  
*[Signature]*  
 ( Annisa Samry, SE., MM )

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02	Revisi: 0	Tgl. Eff: 22 Oktober 2018
----------------------------	-----------	---------------------------

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Ditetak pada: Jumat, 07 Mei 2021 12:15:08



## SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Yusni Muhatran Ritonga, BA., MSc

No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------

Analyzed document: LIKA HERLIANA\_1615311107\_MANAJEMEN.docx Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi\_License03

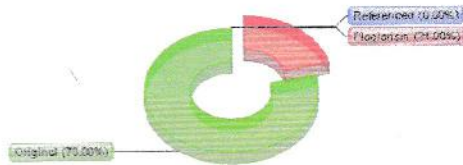
Comparison Profile: Rewrite Detector language:

Check type: Internet Check

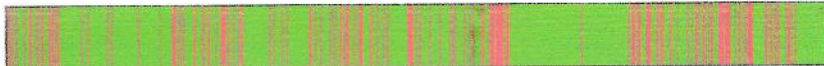


Detailed document body analysis:

Relation chart:



Distribution graph:

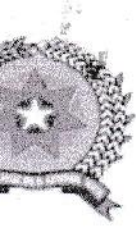


Top sources of plagiarism: 45

- 17% 2388 1
- 10% 1388 2

[https://www.researchgate.net/publication/354419675\\_Pengaruh\\_Kualitas\\_Pelayanan\\_Terdapat\\_Kapasitas\\_Pelayanan\\_Transportes\\_Online\\_GraceEka\\_Poos\\_Mahasiswa\\_Fakultas\\_VIII\\_Socia\\_D](https://www.researchgate.net/publication/354419675_Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_Terdapat_Kapasitas_Pelayanan_Transportes_Online_GraceEka_Poos_Mahasiswa_Fakultas_VIII_Socia_D)





**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 4135/PERP/BP/2021**

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan ma saudara/i:

: LIKA HERLIANA

: 1615311107

/Semester : Akhir

s : SOSIAL SAINS

n/Prodi : Manajemen

sannya terhitung sejak tanggal 08 Mei 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku sekaligus  
gi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 08 Mei 2021

Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan,



Sugiarjo, S.Sos., S.Pd.I

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 20 Mei 2021  
Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
Fakultas SOSIAL SAINS  
UNPAB Medan  
Di -  
Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : LIKA HERLIANA  
Tempat/Tgl. Lahir : limau mungkur / 1996-10-01  
Nama Orang Tua : alm.abdullah  
N. P. M : 1615311107  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Program Studi : Manajemen  
No. HP : 085359739984  
Alamat : jln.harmonika baru psr 2 tj.sari, medan selayang

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Alfamidi Ringroad 3, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100,000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,100,000</b>

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :

Hormat saya



Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM.  
Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



LIKA HERLIANA  
1615311107

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
  - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
  - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.



## ABSTRAK

---

Penelitian ini adalah meneliti pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan pada toko ALFAMIDI Ringroad 3 dengan jumlah responden sebanyak 90 responden dalam penelitian ini yang dilakukan pada tahun 2021. Analisis ini meliputi : Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Uji Hipotesis melalui Uji t dan Uji f, serta Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui bahwa variabel independen yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Dan diketahui bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Kemudian hasil analisis menggunakan uji f dapat diketahui bahwa dua variabel independen yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa 01.2%. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 98.8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).**

## **ABSTRACT**

---

*This study is examining the effect of product quality ( $X_1$ ) and service quality ( $X_2$ ) on the customer satisfaction of ALFAMIDI shop ringroad 3 with a total of 90 respondents in this study conducted in 2021. This analysis includes : classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t test and F test, and analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ). The results of the analysis using the t test can be seen that independent variable namely product quality ( $X_1$ ) has a non-positive and not significant effect partially on the dependent variable, namely customer satisfaction (Y) while it is known that independent variable namely service quality ( $X_2$ ) has a positive but not significant effect partially on the dependent variable, namely customer satisfaction (Y). The results of the analysis using the F test can be seen that the two independent variables, namely product quality ( $X_1$ ) and service quality ( $X_2$ ) together have a positive but not significant effect on the dependent variable namely customer satisfaction (Y). The results of the analysis using the coefficient of determination is known that 01.2% of employee performance can be obtained and explained by product quality ( $X_1$ ) and service quality ( $X_2$ ). While the remaining 98.8% is explained by other variables not included in this study.*

**KEY WORDS: PRODUCT QUALITY ( $X_1$ ), SERVICE QUALITY ( $X_2$ ) AND CUSTOMER SATISFACTION (Y).**



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan ridho-Nya peneliti dapat mengajukan skripsi ini dengan judul sebagai berikut: ” **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO ALFAMIDI RINGROAD 3**”.

Selama proses penyusunan skripsi, peneliti mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. Onny Medaline, S.H, M.Kn selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Ramadhan Harahap, SE., S.Psi., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Miftah El Fikri, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Annisa Sanny, SE., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan mengenai ketentuan penulisan skripsi ini dapat tersusun dengan rapi dan sistematis.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
7. Kepada Bapak/Ibu serta rekan dari pihak Toko ALFAMIDI Ringroad 3.

8. Seluruh teman-teman khususnya stambuk 2016 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan moral dari kalian semua.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Mudah-mudahan peneliti dapat segera menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Diketahui  
Medan, Juni 2021  
Peneliti

Lika Herliana  
NPM. 1615311107

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>BIODATA MAHASISWA/I</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>

## **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	8
1. Identifikasi Masalah .....	8
2. Batasan Masalah .....	8
C. Perumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Manfaat Keaslian Penelitian .....	9
F. Keaslian Penelitian .....	10

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

A. LANDASAN TEORI .....	12
1. Kepuasan Pelanggan .....	12
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	12
b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	13
c. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
d. Support Teory Kepuasan Pelanggan .....	15
2. Kualitas Produk.....	16
a. Pengertian Kualitas Produk.....	16
b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	17



c. Indikator Kualitas Produk .....	18
d. Support Teory Kualitas Produk .....	19
3. Kualitas Pelayanan .....	21
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	21
b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	22
c. Indikator Kualitas Pelayanan .....	25
d. Support Teory Kualitas Pelayanan.....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Konseptual .....	30
D. Hipotesis .....	32

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian .....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
1. Lokasi Penelitian .....	33
2. Waktu Penelitian .....	33
C. Populasi dan Sampel .....	34
1. Populasi .....	34
2. Sampel .....	34
3. Teknik Sampling .....	35
4. Jenis Data .....	36
5. Sumber Data .....	36
D. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional .....	36
1. Variabel Penelitian .....	36
a. Variabel Dependen (Y) .....	36
b. Variabel independen (X) .....	37
2. Defenisi Operasional .....	37
E. Skala Pengumpulan Variabel .....	40
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
1. Kuisisioner .....	41
2. Wawancara .....	41
3. Dokumentasi .....	41
G. Teknik Analisa Data .....	42

1. Uji Kualitas Data.....	42
a. Uji Validitas .....	42
b. Uji Reliabilitas .....	42
2. Uji Asumsi Klasik .....	43
a. Uji Normalitas .....	43
b. Uji Multikolinieritas .....	44
c. Uji Heteroskedatisitas .....	45
3. Uji Regresi Linier Berganda .....	45
4. Uji Hipotesis .....	46
a. Uji F .....	46
b. Uji t .....	47
c. Koefisien Determinasi .....	48

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran umum Penelitian .....	50
1. Visi dan Misi.....	51
B. Struktur Organisasi .....	52
C. Deskripsi Karakteristik Responden .....	53
1. Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin .....	53
2. Berdasarkan Pendidikan dan Status perkawinan .....	53
3. Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4. Berdasarkan Produk yang Sering Dibeli .....	55
5. Berdasarkan Berapa Lama Berbelanja .....	55
6. Berdasarkan Seberapa Sering Belanja .....	56
7. Berdasarkan Media Dalam Mendapatkan Informasi .....	57
D. Deskripsi Variabel Penelitian .....	57
1. Kualitas Produk .....	58
2. Kualitas Pelayanan .....	60
3. Kepuasan Pelanggan .....	62
E. Uji Kualitas Data .....	64
1. Uji Validitas .....	64
2. Uji Reliabilitas .....	66
F. Uji Asumsi Klasik .....	68

1. Uji Normalitas Data .....	68
2. Uji Multikolineritas .....	70
3. Uji Heteroskedastisitas .....	71
G. Uji Kesesuaian ( <i>Test Goodness Of Fit</i> ) .....	72
1. Regresi Linier Berganda .....	72
2. Uji Hipotesis .....	73
a. Uji Parsial .....	73
b. Uji simultan.....	76
3. Uji Determinasi.....	76
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	76
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	78
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	80
B. Saran.....	81

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pra Survey Kepuasan Pelanggan (Y) .....	5
Tabel 1.2 Pra Survey Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) .....	6
Tabel 1.3 Pra Survey Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian .....	34
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel .....	40
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert .....	49
Tabel 3.4 Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia*Jenis.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan * Status Perkawinan .....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Sering Di beli*Pekerjaan.....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Berapa Lama Belanja*Memiliki Member .....	55
Tabel 4.5 Karakteristik Berapa Sering Belanja * Pembayaran yang Di gunakan .....	56
Tabel 4.6 Karakteristik Media Dalam Mendapatkan Informasi*Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan apakah yang membuat nyaman berbelanja di toko alfamidi.....	57
Tabel 4.8 Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ) .....	58
Tabel 4.9 Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) .....	60
Tabel 4.10 Kepuasan Pelanggan (Y).....	62
Tabel 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk .....	64
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	65
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	66
Tabel 4.14 Uji Reabilitas Kualitas Produk.....	67
Tabel 4.15 Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 4.16 Uji Rabilitas Kepuasan Pelanggan.....	70
Tabel 4.17 One Sample Kolmogorov-smirnov Test .....	70



Tabel 4.18 Uji Muktikolinearitas .....	70
Tabel 4.19 Uji Regresi Linier Berganda .....	73
Tabel 4.20 Uji Parsial.....	74
Tabel 4.21 Uji Simultan .....	75
Tabel 4.22 Uji Determinasi.....	76

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	52
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas .....	68
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Uji PP Plot Normalitas .....	69
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedatisitas .....	72

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini persaingan antar toko swalayan di Indonesia semakin ketat bahkan kian menjamur di lingkungan masyarakat yang ada pada saat ini. Untuk memenangkan persaingan saat ini, toko swalayan haruslah mampu memiliki kualitas dan pelayanan yang kuat demi pencapaian tujuan perusahaan yang efektif dan efisien. Pada umumnya toko swalayan hanya menjual produk dari supplier dengan persaingan antar toko swalayan haruslah memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan dan untuk keuntungan perusahaan, yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya serta bisa mempertahankan kehidupan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, agar tujuan perusahaan tercapai maka setiap toko swalayan harus memanfaatkan pelanggan dengan menjadikan salah satu dasar bahwa pelanggan adalah aset yang harus di jaga agar pelanggan dapat merasakan berbelanja dengan nyaman .

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan manapun karena kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk yang dijual atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Jadi, sangat jelas bahwa untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi dan maksimal, maka karyawan maupun perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan

akan mendapatkan kepuasan saat berbelanja. Suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya tidak terlepas dari kepuasan pelanggan setiap pelanggan yang berbelanja dalam toko swalayan tersebut. Karyawan memainkan peran yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan, di samping itu seberapa baik seseorang pemimpin yang mengelola kepuasan pelanggan bawahannya akan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memperhatikan hak dan kewajiban pelanggan seperti kualitas produk yang di jual tidak berdebu dan kemasannya dengan kondisi yang baik. Keberadaan besaran serta kualitas produk yang diterima pelanggan yang berbelanja di toko swalayan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut (Maulana, 2016) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pelanggan yang mempunyai kepuasan akan datang berbelanja di toko swalayan tersebut hal ini sangat menguntungkan perusahaan. (Maulana, 2016) juga berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk mendapatkan kepuasan berbelanja, diantaranya kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari pelanggan. Teori ini juga diperkuat oleh teori lain yang dikemukakan oleh (Wahyuni, 2019) dimana teori tersebut mengatakan hasil dari penelitian yang ia lakukan bahwasannya indeks kepuasan pelanggan berkaitan dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menciptakan kepuasan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa



setidaknya ada dua faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kualitas produk hal yang sangat sensitif yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan yang mendapatkan kualitas produk yang baik dengan apa yang pelanggan inginkan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap toko swalayan tersebut. Menurut (Afnina, 2018) kualitas produk adalah kualitas yang usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan. Pada dasarnya pelanggan akan mencari ataupun membeli suatu produk dengan kualitas yang baik dari segi ukuran dan bentuk serta keadaan produk tersebut, jika toko tidak memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan, maka pelanggan akan tidak merasakan kepuasan berbelanja di toko tersebut dan pelanggan akan mencari toko swalayan yang lain yang dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkannya. Sebaliknya kualitas produk yang diberikan perusahaan mampu mencukupi kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan kepuasan berbelanja dan akan berbelanja lagi. Kualitas produk yang dapat memuaskan bagi pelanggan membuat pelanggan merasa puas berbelanja di toko tersebut. Teori ini diperkuat oleh (Tjiptono, 2019) dimana faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan bagi perusahaan menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut (Rahman, 2019). Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang berbelanja di toko tersebut. Hal ini akan membuat pelanggan merasa puas dan

akan berbelanja lagi di toko tersebut. Hal tersebut sesuai dengan teori yang ditemukan oleh (Tjiptono, 2019) yang juga berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk merasakan kepuasan dalam berbelanja dimana salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang berjalan dengan baik dapat membuat pelanggan merasa nyaman berbelanja di toko tersebut. Teori ini juga diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Agustinawati, 2016) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Alfamidi Ringroad 3 yang terletak di jalan Gagak Hitam, Ringroad, Kecamatan Medan Sunggal Sumatera Utara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel khususnya di kota medan dan sekitarnya. Sebagai perusahaan ritel, sebagian besar pelanggan merupakan peran penting yang menjadi ujung tombak dalam merasakan kepuasan yang ada di toko tersebut.

Banyak pelanggan yang tidak merasakan puas dalam berbelanja. Sementara itu, kualitas produk yang mereka dapatkan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Hal ini membuat pelanggan tidak mendapatkan kepuasan berbelanja dan memikirkan untuk mencari toko swalayan yang dapat memberikan kualitas produk yang sesuai. Seringnya pelanggan yang tidak mendapatkan apa yang diinginkan sudah mendapatkan toko swalayan yang dapat memberikan kualitas produk yang sesuai. Hal ini menunjukkan rendahnya kepuasan pelanggan sehingga mereka kurang puas berbelanja di toko tersebut. Selain itu berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, perusahaan kurang memperhatikan kualitas produk yang di jual akibatnya pelanggan akan mencari toko yang dapat memberikan kualitas produk yang sesuai, sehingga hal ini menunjukkan

kepuasan pelanggan yang rendah. Hasil pra survey yang dilakukan terhadap 20 orang pelanggan ALFAMIDI Ringroad 3 juga menunjukkan adanya masalah pada kepuasan pelanggan. Hasil pra survey yang dilakukan dapat dilihat pada tabel variabel kepuasan pelanggan berikut:

**Tabel 1.1 Pra Survey Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Pernyataan	Pemilihan Jawaban			
		Setuju	%	Tidak	%
1	Toko alfamidi ringroad 3 af 65 menyediakan kotak keluhan dan saran bagi para pelanggan.	11	55%	9	45%
2	Pihak karyawan memberikan pertanyaan menyangkut harapan pelanggan terhadap pelayanan yang di berikan.	7	35%	13	65%
3	Memberikan ke unggulan produk yang di jual.	9	45%	11	55%

*Sumber : Diolah Peneliti 2020*

Hasil pra survey menunjukkan hanya 11 orang pelanggan yang setuju bahwa alfamidi menyediakan kotak keluhan dan saran bagi pelanggan. Lalu hanya 7 orang pelanggan yang setuju bahwa karyawan alfamidi dapat memberikan pertanyaan menyangkut harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Terakhir hanya 9 orang pelanggan yang menyatakan setuju bahwa alfamidi memberikan ke unggulan produk yang terjual di alfamidi ringroad 3. Hal ini menunjukkan besar adanya permasalahan pada kepuasan pelanggan pada alfamidi ringroad 3 yang diidentifikasi dengan karyawan yang tidak memberanikan diri untuk memberikan pertanyaan terkait dengan pelayanan yang di berikan dan adanya kelemahan dari produk yang dapat berakibatkan rasa kepuasan pelanggan saat berbelanja di toko Alfamidi Ringroad 3.

Kualitas produk yang diberikan alfamidi ringroad 3 terhadap pelanggan tidak terlalu besar, terutama untuk kualitas produk yang di terdapat di toko alfamidi

ringroad 3 tidak dapat memenuhi keinginan pelanggan. Hasil pra survey yang dilakukan terhadap 20 orang pelanggan. Hasil pra survey dilakukan pada tabel berikut:

**Tabel 1.2 Pra Survey Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	Pemilihan Jawaban			
		Setuju	%	Tidak	%
1	Harga produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk	8	40%	12	60%
2	Masa kadaluarsa masih jauh dari jangka waktu pembelian	16	80%	4	20%
3	Produk memiliki variasi ukuran yang beragam sesuai kebutuhan	8	40%	12	60%

*Sumber : Diolah Peneliti 2020*

Hasil pra survey menunjukkan hanya 8 orang pelanggan yang setuju bahwa harga produk yang ditetapkan sudah sesuai dengan kualitas produk di alfamidi ringroad 3. Lalu hanya 16 orang pelanggan yang setuju bahwa masa kadaluarsa produk yang dijual alfamidi ringroad 3 masih jauh dari jangka waktu pembelian. Terakhir hanya 8 orang pelanggan yang setuju bahwa produk yang dijual alfamidi memiliki variasi ukuran yang beragam sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini menunjukkan besar adanya permasalahan pada kepuasan pelanggan alfamidi ringroad 3 yang diidentifikasi dengan masih terdapatnya ketidak sesuai harga dan variasi ukuran produk yang diinginkan pelanggan yang dapat menghambat permintaan dari pelanggan itu sendiri pada toko Alfamidi Ringroad 3.

Kualitas pelayanan di toko alfamidi ringroad 3 tergolong tidak memuaskan pelanggan, dimana karyawan alfamidi ringroad 3 belum sepenuhnya memahami apa yang mereka jual dan bagaimana cara menyelesaikan masalah yang ada. Hasil pra survey yang dilakukan terhadap 20 orang pelanggan alfamidi ringroad 3 juga



menunjukkan adanya masalah pada kualitas pelayanan. Hasil pra survey yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.3 Pra Survey Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	Pemilihan Jawaban			
		Setuju	%	Tidak	%
1	Karyawan mampu menjelaskan produk yang tidak dimengerti oleh pelanggan	5	25%	15	75%
2	Karyawan secara ramah dalam melayani pelanggan	12	60%	8	40%
3	Karyawan secara cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	9	45%	11	55%

*Sumber : Diolah Peneliti 2020*

Hasil pra survey menunjukkan bahwa hanya 5 orang pelanggan yang setuju bahwa karyawan alfamidi ringroad 3 mampu menjelaskan produk yang tidak dimengerti oleh pelanggan. Lalu hanya 12 orang pelanggan yang setuju bahwa karyawan alfamidi ringroad 3 memiliki sifat ramah dalam melayani pelanggan. Terakhir hanya 9 orang pelanggan yang setuju bahwa karyawan alfamidi ringroad 3 secara cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan. Hal ini menunjukkan besar adanya permasalahan pada kualitas pelayanan di alfamidi ringroad 3 yang diidentifikasi karyawan yang belum mampu menanggapi keluhan dari pelanggan secara cepat dan tanggap yang dapat berakibatkan rasa kekecewaan dan ketidakpercayaan pelanggan pada toko Alfamidi Ringroad 3.

Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian untuk melihat seberapa jauh sebenarnya pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan alfamidi ringroad 3. Adapun hasil penelitian tersebut akan dilaporkan dalam bentuk skripsi yang berjudul : ***“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”***.

## **B. Identifikasi Dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Masih terdapatnya karyawan yang tidak memberanikan diri untuk memberikan pertanyaan terkait dengan pelayanan yang di berikan dan adanya kelemahan dari produk yang dapat berakibatkan rasa kepuasan pelanggan saat berbelanja di toko Alfamidi Ringroad 3 Af 65 .
- b. Masih terdapatnya ketidak sesuai harga dan variasi ukuran produk yang diinginkan pelanggan yang dapat menghambat permintaan dari pelanggan itu sendiri pada toko Alfamidi Ringroad 3 Af65.
- c. Karyawan yang belum mampu menanggapi keluhan dari pelanggan secara cepat dan tanggap yang dapat berakibatkan rasa kekecewaan dan ketidak percayaan pelanggan pada toko Alfamidi Ringroad 3 Af 65.

### **2. Batasan Masalah**

Penelitian ini difokuskan pada kajian tentang kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi dibatasi oleh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ). Kemudian subjek penelitian dibatasi hanya pada toko Alfamidi Ringroad 3 AF65 di lakukan pada Juli sampai April 2021.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian maka rumusan masalah yang ada adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan yang ada pada Toko Alfamidi Ringroad 3 AF65.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh parsial secara parsial yang ada pada Toko Alfamidi Ringroad 3 AF65.

3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Alfamidi Ringroad 3 AF65.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu :

- a. Mengetahui apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Alfamidi Ringroad 3 Af65 3 tahun 2021.
- b. Mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Alfamidi Ringroad 3 Af65 3 tahun 2021.
- c. Mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Alfamidi Ringroad 3 Af65 3 tahun 2021.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan berguna bagi berbagai pihak, baik dari peneliti, perusahaan maupun pihak yang berkepentingan dengan objek penelitian sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya dalam bidang pelayanan di bidang ritel dan juga sebagai pelatihan dalam merepkan serta mengaplikasikan ilmu akademis di dunia kerja

- b. Bagi Toko Alfamidi

Dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan ,sehingga dapat meningkatkan kepuasa pelanggan.

c. Bagi Mahasiswa/i

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa akan datang,serta mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang Membutuhkan

**F. Keaslian Penelitian**

Penelitian ini merupakan replika dari penelien Manurung (2017) “ Pengaruh Pomosi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Ulang Di Alfamart dan Indomaret ”.

Sedangkan penelitian ini berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Alfamidi Ringroad 3 AF65 ”. Terdapat beberapa perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang, diantaranya yaitu :

1. Variabel penelitian terdahulu, Promosi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ), Kepuasan Konsumen (Y), Keputusan Pembelian Ulang (Z) sedangkan penelitian ini Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Tempat penelitian terdahulu yang dijadikan objek yaitu di Alfamart dan Indomaret, sedangkan pada penelitian ini objek di ambil di toko Alfamidi Ringroad 3 Af65.
3. Waktu penelitian terdahulu dilaksanakan pada tahun 2017 sedangkan penelitian ini dilakukan pada Juli sampai dengan April 2021.

4. Lokasi penelitian terdahulu berada di jalan ratu di Balau Tanjung Senang, Bandar Lampung. Sedangkan penelitian ini di lakukan di Jln.Gagak Hitam, Ringroad, Kec Medan Sunggal Sumatera Utara.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Kepuasan Pelanggan

###### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan dapat di artikan sebagai keinginan atau harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Organisasi bisnis dan non-bisnis berlomba-lomba mengkedepankan sebagai salah satu tujuan strategi bisnisnya, dengan slogan-slogan semisal pelanggan adalah raja, kepuasan anda adalah tujuan kami.

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kata kepuasan bisa di artikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2019).

Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian sesuatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya. Harapan dan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hanya saja tingkat kepuasan tergantung dari tingkat harapannya (Kasmir, 2018).

Menurut (Afnina, 2018) kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingannya atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan diharapkan. Sejalan dengan itu, berbagai upaya dilakukan untuk proses pembentukan dan konsekuensi kepuasan pelanggan.



Jadi kesimpulannya kepuasan pelanggan yaitu keinginan seorang pelanggan baik dari segi pelayanan yang cepat dan tanggap maupun dari segi kepuasan dalam mendapatkan hasil dari suatu produk yang diterima atau yang di hasilkan.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Kasmir, 2018) yaitu :

1) Kualitas pelayanan

Pelanggan yang ingin memiliki rasa kepuasan atas pelayanan yang di terima dalam bertransaksi.

2) Kualitas produk

Kemampuan suatu produk untu melaksanakan fungsinya.

3) Harga

Suatu nilai tukar yang sesuai yang disamakan dengan barang lain atau jasa bagi seseorang.

4) Lokasi

Letak atau tempat yang mudah di tempuh oleh pelanggan dan akses menuju ke toko tidak sulit.

5) Merek

Tanda yang dikenakan oleh perusahaan pada barang yang di hasilkan sebagi tanda pengenal.

6) Pembungkusan

Sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap di simpan.

7) Desain

Bisa di terapkan sebagai seni terapan, arsitektur, dan berbagai pencapaian kreatif lainnya.

8) Warna

Spektrum tertentu yang terdapat didalam suatu cahaya sempurna.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono, 2019) yaitu :

1) Pengalaman

Persepsi pelanggan terhadap kualitas perusahaan yang diterima akan berdasarkan ekspektasinya.

2) Interaksi

Perusahaan mampu mempengaruhi konsumen memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.

3) Kualitas pelayanan

Interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya akan mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

4) Persepsi pelanggan

Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasi minat beli konsumen terhadap perusahaan dimasa akan datang.

**c. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut (Kasmir, 2018) yaitu :

1) Sistem keluhan dan usulan

Artinya seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan pelanggan dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik

demikian pula sebaliknya.

## 2) Survei kepuasan pelanggan

Survei kepuasan pelanggan merupakan kegiatan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan. Dalam hal ini manajemen perlu melakukan survey kepada pelanggan melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pelayanan tempat pelanggan melakukan transaksi selama ini.

## 3) Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka kemudian di minta untuk melaporkan temuan-temuannya berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan atau pesaing.

## 4) Analisis mantan pelanggan

Artinya melihat catatan pelanggan yang pernah menjadi pelanggan tetapi sekarang tidak lagi pernah membeli. Cara ini berguna untuk mengetahui sebab-sebab mengapa mereka tidak ingin menjadi pelanggan.

### **d. Support Theory Kepuasan Pelanggan**

Secara garis besar menurut (Tjiptono, 2019) kepuasan pelanggan didasarkan pada 3 teori utama yaitu:

#### 1) *Contrast theory*

Berasumsi bahwa pelanggan akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi pra-pembelian. Apabila kinerja aktual besar dengan ekspektasi maka pelanggan puas, sebaliknya jika kinerja aktual lebih

rendah dari ekspektasi maka pelanggan tidak puas.

## 2) *Assimilation theory*

Menyatakan bahwa evaluasi purna beli merupakan fungsi positif dari ekspektasi pra-pembelian. Konsumen cenderung secara perseptual mendistori perbedaan antara ekspektasi dan kinerjanya ke arah awal. Dengan kata lain, penyimpangan dari ekspektasi cenderung akan diterima oleh pelanggan yang bersangkutan.

## 3) *Assimilation-contrast theory*

Merupakan fungsi dari tingkatan kesenjangan antara kinerja yang di harapkan dengan kinerja actual. Apabila kesenjangan besar, pelanggan akan memperbesar gap tersebut, sehingga produk dipersiapkan jauh lebih bagus dibandingkan kenyataan. Namun jika defenisi yang bisa diterima dilewati batas, maka kesenjangan antara ekspektasi dan kinerja akan menjadi signifikan.

## **2. Kualitas produk**

### **a. Pengertian Kualitas Produk**

Dalam konteks kualitas produk dan kepuasan pelanggan untuk mencapai pada harapan pelanggan, perusahaan harus memainkan peran penting sebagai standart perbandingan dan mengevaluasi kualitas terhadap kepuasan. Menurut (Parasuraman & Tjiptono, 2019) keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu poduk yang dijadikan stansrt atau acuan menilai kinerja produk yang bersangkutan sesuai dengan ekspektasi. Mutu atau kualitas merupakan hal yang paling dominan pada setiap perusahaan, bersamaan dengan waktu yang singkat, fleksibilitas dalam

memenuhi permintaan pelanggan (produk yang diproduksi selalu sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan) dan harga yang rendah, mutu juga merupakan kunci dan strategis.

Menurut (Gavin & Tjiptono, 2019) kualitas produk merupakan tingkat baik atau buruknya suatu produk yang di hasilkan yang sesuai dengan spesifikasi yang telah di tentukan ataupun kesesuaiannya terhadap kebutuhan.

Kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga agar suatu industri tidak kebingan konsumen, dan reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik (Afnina, 2018)

Artinya kualitas produk merupakan kemampuan dalam memenuhi harapan pelanggan baik dari segi mutu, ketahanan, kemudahan dalam mendapatkan sesuai dengan kenyataan yang diterima saat mendapatkan produk yang dibeli dan digunakan.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk menurut (Tjiptono, 2019) di antaranya yaitu :

##### 1) Produk inti

Merupakan ancangan manajemen ilmiah tradisional yang menekankan bahwa kualitas solusi inti merupakan sumber utama keunggulan pesaing.

##### 2) Harga

Penekanan biaya secara berkesinambungan untuk menciptakan keunggulan bersaing dalam aspek harga.

### 3) Citra merek

Peran strategik komunikasi pemasaran dalam rangka menciptakan nilai prestise untuk menunjang nilai produk inti.

### 4) Persektif jasa

Komponen layanan jasa dalam relasi dengan pelanggan merupakan faktor strategik. Dalam persepsi jasa, solusi produk inti saja tidak cukup untuk menciptakan keunggulan bersaing jangka panjang.

## **c. Indikator Kualitas Produk**

Adapun indikator kualitas produk menurut (Gavin & Tjiptono, 2019) yaitu :

### 1) Kinerja (*performance*)

Produk inti yang dibeli misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan yang didapatkan.

### 2) Ciri tambahan (*featurues*)

Merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari produk , juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis.

### 3) Keandalan (*reliability*)

Kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan tingkat resiko kerusakan produk menentukan tingkat kepuasan pelanggan yang diperoleh dari suatu produk .semakin besaar resiko yang diterima oleh pelanggan terhadap produk ,semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh oleh pelanggan.



4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)

Kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diinginkan .pada dasarnya, setiap produk memiliki standart yang di tentukan.

5) Daya tahan (*durability*)

Berkait dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan daya tahan biasanya berlaku untuk produk yng bersifat dapat di konsumsi dalam jangka panjang.

6) Kegunaan (*serviceability*)

Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan ,mudah direparasi serta penangan keluhan yang memuaskan.

7) Estetika (*aesthetics*)

Daya tarik produk terhadap panca indra .konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika pelanggan melihat tampilan awal dari produk tersebut.

8) Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*)

Kualitas yang dirasakan adalah kesan kualits suatu produkyang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek.

**d. Support Theory Kualitas Produk**

Menurut (Tjiptono, 2019) ada lima perspektif kualitas produk yang bisa di klarifikasikan, yaitu :

1. *Transcendental approach*

Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang bisa dirasakan atau diketahui, namun sukar di definisikan, dirumuskan atau

dioperasionalkan. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang di dapatkan dari eksposur berulang kali.

#### 2. *Product-based approach*

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkandan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang memiliki produk.

#### 3. *User-based apporoach*

Kualitas tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

#### 4. *Manufacturing-based approach*

Menekankan penyesesuaian spesifikasi produksidan operasi yang disusun secara internal, yang sering kali dipicu oleh keinginan untuk meningkatkan produktivitas dan menekankan biaya. Jadi,yang menentukan kualitas adalah standart-standart yang di tetapkan perusahaan, bukan konsumen yang membeli dan menggunakan produk.

#### 5. *Value-based approach*

Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi, yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

### 3. Kualitas Pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah segala aktifitas yang dilakukan oleh pasar untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk pelanggan. Kualitas pelayanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan *diferensiasi*, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran. Menurut (Tjiptono, 2019) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Selain itu keunggulan yang dibentuk melalui pelayanan berorientasi pada empat pilar yang saling berkaitan erat yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan pelayanan.

Menurut (Kasmir, 2018) kualitas pelayanan merupakan salah satu prestasi kerja atau kinerja karyawan dalam suatu periode tertentu. Artinya salah satu ukuran kinerja suatu karyawan adalah diukur dari kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya (terutama untuk karyawan dalam melayani pelanggan). Dengan demikian secara tidak langsung dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan merupakan ukuran kinerja karyawan. Apabila kinerja tersebut diukur dari kemampuannya meningkatkan kualitas kepuasan pelanggan yang berimbas kepada peningkatan volume penjualan dan laba perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah suatu cara perusahaan yang berusaha mengadapakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan services yang dihasilkan perusahaan (Panjaitan, 2016).

Lebih lanjut, kualitas pelayanan memberikan sejumlah manfaat (Tjiptono, 2019) :

1. Terjalannya relasi saling menggantungkan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan.
2. Terbukanya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang.
3. Loyalitas pelanggan bisa terbentuk.
4. Terjadinya komunikasi gethok tular positif yang berpotensi menarik pelanggan baru.
5. Persepsi pelanggan dan publik terhadap reputasi perusahaan semakin positif.
6. Laba yang di peroleh bisa meningkat.

Berdasarkan pengertian diatas jelas bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu cara perusahaan dalam memperbaiki pelayanan terbaik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Menurut (Tjiptono, 2019) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan:

##### 1) Kecepatan

Kemampuan karyawan dalam mentransaksikan maupun dalam melayani pelanggan.

2) Ketepatan

Kemampuan karyawan dalam mengarahkan pelanggan untuk mencari produk yang sesuai dengan keinginan atau permintaan pelanggan.

3) Keramahan

Sikap yang harus diterapkan oleh karyawan secara ramah dan bersahabat, menunjukkan komitmen dan responsivitas dalam melayani pelanggan, dan tidak tinggi hati.

4) Kenyamanan layanan

Kemampuan karyawan dalam menyikapi pelanggan secara profesional baik dalam segi keperdulian akan kebutuhan pelanggan maupun dari segi pelayanan yang di berikan oleh karyawan.

Sedangkan menurut (Kasmir, 2018) terdapat sepuluh faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan :

1) Tujuan yang ingin dicapai

Karyawan harus memahami apa yang ingin di capai dalam bekerja di perusahaan.

2) Kejujuran

Menjalankan tugas yang diberikan di semua bidang termasuk bidang pelayanan sangat di butuhkan seorang karyawan yang memiliki tingkat kejujuran yang tinggi.

3) Kedisiplinan

Karyawan harus memiliki tingkat kedisiplinan yang sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

4) Tanggung jawab

Tanggung jawab karyawan terhadap tugas dan pekerjaan yang di berikan.

5) Keseriusan

Kesungguhan karyawan dalam bekerja, sehingga tidak ada pekerjaan yang tidak di lakukan secara sungguh-sungguh.

6) Pengetahuan

Seorang karyawan harus memiliki pengetahuan yang luas, sehingga dapat memberikan informasi kepada pelanggan.

7) Keahlian

Kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan untuk menghasilkan rasa puas maupun senang atas pelayanan yang di berikan.

8) Motivasi kerja

Karyawan diharapkan mampu mendorong dirinya untuk bekerja dengan baik sehingga pelayanan yang diberikan menjadi lebih baik.

9) Komitmen

Kepatuhan seorang karyawan terhadap peraturan dan kebijakan perusahaan.

10) Loyalitas

Kesetiaan seorang karyawan terhadap perusahaan dengan cara menjalankan apa yangtelah di berikan.



### c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono, 2019) ada lima indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

#### 1) *Reliabilitas*

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyelesaikan jaanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

#### 2) Daya tanggap

Kesedian dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

#### 3) Jaminan

Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan mampu menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

#### 3) Empaty

Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada pelanggan.

#### 4) Bukti fisik

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang di gunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

#### **d. Support Theory Kualitas Pelayanan**

Adapun (Gummesson & Tjiptono, 2019) mengidentifikasi empat penilaian kualitas jasa, yaitu :

1. Design quality

Menjelaskan bahwa kualitas jasa di tentukan sejak pertama kali jasa di rancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Production quality

Menyatakan bahwa kualitas jasa di tentukan oleh kerja sama antara departemen produksi atau operasi departemen pemasaran.

3. Delivery quality

Menyatakan bahwa kualitas jasa dapat di tentukan oleh janji perusahaan kepada pelanggan.

4. Relation quality

Menyatakan bahwa kualitas jasa ditentukan pula oleh relasi profesional dan sosial antara perusahaan dan stakeholder (pelanggan, pemasok, perantara, pemerintah, dan karyawan).

#### **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang digunakan dari beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul	Variabel (X <sub>1</sub> )	Variabel (X <sub>2</sub> )	Model Analisis	Hasil Penelitian
1	(Rahman, 2019)	Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT YUDHA swalayan jakarta	Pelayanan (X)	Kepuasan konsumen (Y)	Skala likert	Variable (X) berpengaruh kuat terhadap variable (Y) dengan hasil sebesar 0.767 menggunakan perhitungan koefisien korelasi.
2	(Surni & Sulaiman, 2019)	Pengaruh Kualitas pelayanan dan harga yang di mediasi oleh kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan di swalayan senarebung blangkejeren.	Kualitas pelayanan (X <sub>1</sub> ) Harga (X <sub>2</sub> )	Kepuasan pelanggan (Y) Loyalitas pelanggan (Z)	Regresi linier berganda	Variabel X <sub>1</sub> , dan X <sub>2</sub> berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan 0.05, sedangkan Variabel X <sub>1</sub> terhadap loyalitas berpengaruh positif dan variabel X <sub>2</sub> dengan loyalitas tidak berpengaruh kepada loyalitas pelanggan.

3	(Syamsaiah, 2018)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada supermarket transmart carrefour di kota makasar.	Kualitas produk (X1) Kualitas pelayanan (X2) Harga (X3)	Kepuasan pelanggan (Y)	Regresi linier berganda	Semua variabel berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0.05 variabel yang paling dominan yaitu variabel X1 dengan hasil 0.694 menggunakan uji t.
4	(ismail, 2017)	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada alfamart karang sentosa, bekasi) .	Kualitas pelayanan (X1) Harga (X2)	Kepuasan pelanggan (Y)	Regresi berganda	Semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y dengan hasil 0,000 . Variabel yang paling dominan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 28,2%.

5	(agung, 2018)	Analisis Pengaruh harga Dan Kualitas Pelanggan Terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi islam pada konsumen indomaret dan swalayan surya jalur 2 korpri.	Harga (X1) Kualitas pelayanan (X2)	Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi linier berganda	Variabel (X1) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen surya maupun indomaret dengan hasil sebesar 0,991. Sedangkan variabel X2 pada swalayan surya berpengaruh positif dan signifikan, namun pada indomaret tidak berpengaruh dan tidak signifikan dengan nilai sebesar 0,177.
---	---------------	---	------------------------------------	------------------------	-------------------------	---

6	(Putra, 2019)	Pengaruh Kualitas Produk, kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pembelian pada aplikasi shopee di feb ums.	Kualitas Produk (X1) Kualitas pelayanan (X2) Harga (X3) Citra merek (X4)	Kepuasan pelanggan (Y)	Regresi linier berganda	Untuk variabel X1 tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Y, sedangkan variabel X2 berpengaruh positif terhadap variabel Y. Sedangkan variabel X3 berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Y, dan variabel X4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.
---	---------------	---	---	------------------------	-------------------------	--

Sumber: Data diolah 2021

### C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan pemaparan apa yang dituang dalam teori maupun penelitian yang relevan maka dibuatkan suatu kerangka berpikir sebagai berikut:

#### 1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk menurut (Tjiptono, 2019) bahwa kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, tangibilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atributnya.

Hal ini menunjukkan peneliti untuk memperhatikan kualitas Produk yang ditawarkan, karena akan sangat berpengaruh terhadap kegiatan karyawan dalam



memasarkan produk dan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menanggapi produk yang di terimanya.

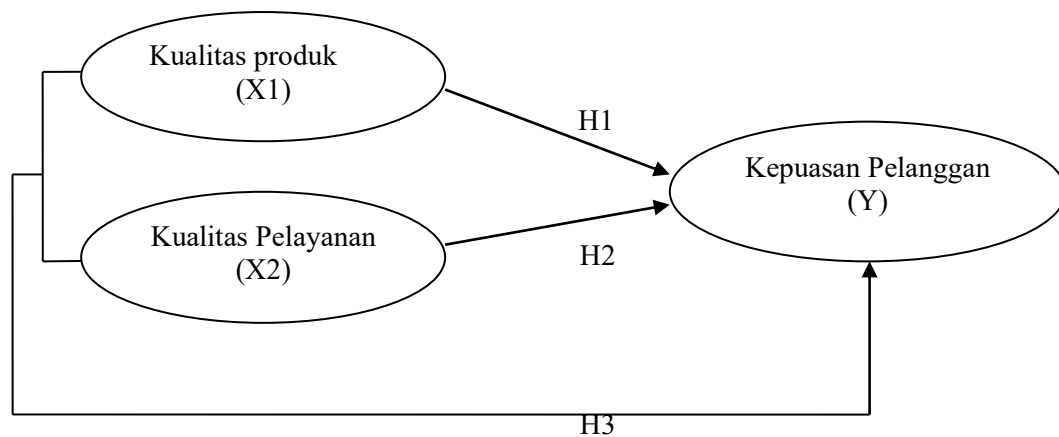
## 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan Menurut (Tjiptono, 2019) adalah pertama *tehnical quality* yaitu yang berhubungan outcome suatu pelayanan. Kedua *functional quality* yang lebih banyak berhubungan dengan proses delivery atau bagaimana pelayanan yang diberikan. Ketiga yaitu image atau reputasi dari produsen yang menyediakan jasa. Kualitas pelayanan menuntut paksa dalam memberikan pelayanan dari ke tiga segi tersebut dalam menanggapi kepuasan pelanggan.

Jadi hal ini menunjukkan peneliti untuk lebih memberikan rasa siap dalam melayani secara sempurna dalam menjalankan pelayanan jasa untuk mengimbangi kebutuhan yang di inginkan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi pokok terpenting yang harus di perhatikan oleh penyedia jasa untuk mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Peneliti menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 3) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas merupakan ujung tombak terpenting dalam menjalankan suatu usaha agar bisa bertahan menjadi pilihan pelanggan. Kualitas produk adalah salah satunya. Kualitas produk yang ditawarkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, peningkatan kepuasan pelayanan bagi penyedia sangatlah penting untuk menarik minat beli ulang.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah-masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1. Kualitas produk (X1) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada toko Alfamidi Ringroad 3 AF65.
- H2. Kualitas pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada toko Alfamidi Ringroad 3 AF65.
- H3. Kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada toko Alfamidi Ringroad 3 AF65.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif. Menurut (Rusiadi, 2015) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat di bangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramal dan mengontrol suatu gejala.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian di ALFAMIDI RINGROAD 3, Jln Gagak Hitam, Ringroad, Kecamatan Medan Sunggal Sumatera Utara.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dimulai pada bulan Juli 2020 hingga bulan Mei 2021. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari uraian tabel skedul proses penelitian berikut ini:

**Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian**

No	Aktivitas	Bulan/Tahun									
		Agus 2020	Sep 2020	Okt 2020	Nov 2020	Des 2020	Jan 2021	Feb 2021	Mar 2021	Apr 2021	Mei 2021
1	Riset Awal/ Pengajuan Judul	■									
2	Penyusunan Proposal	■									
3	Perbaikan Proposal	■	■								
4	Seminar Proposal			■							
5	Pengolahan Data			■							
6	Penyusunan Skripsi				■	■	■	■	■		
7	Bimbingan Skripsi									■	■
8	Sidang Meja Hijau									■	■

Sumber: Rencana Penelitian 2021

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut (Rusiadi, 2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas abyek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Alfamidi Ringroad 3 Af 65.

#### 2. Sampel

Menurut (Rusiadi, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka sampel yang jumlahnya belum diketahui pada penelitian ini, sehingga peneliti dalam menentukan pengukuran jumlah sampel menggunakan *Roscoe* (Sari & Rohman, 2015) Dengan menggunakan pedoman : Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah 30 sampai dengan 500.

1. Bila sampel dibagi menjadi beberapa kategori (misalnya : pria, wanita, pegawai negeri-swasta dan lainnya) maka jumlah anggota setiap kategori sebanyak minimal 30.
2. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimum sebanyak 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independent dan dependent), maka jumlah anggotanya sampelnya  $10 \times 5 = 50$ .
3. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20 .

Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dari urutan no 2 dan 3 atau bisa dirumuskan dengan ( **$n \times >10$  data**) berarti  $3 \times 30 = 90$  data.

### **3. Teknik sampling**

Menurut (Rusiadi, 2015) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan di gunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* yaitu teknik penempatan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, seperti :

1. umur  $> 17$  tahun.
2. minimal mengunjungi dan melakukan pembelian di alfamidi 1X dalam seminggu.
3. sudah memiliki kartu member alfamidi.

Teknik ini bertujuan untuk penelitian tertentu yang dilakukan secara intensif untuk memperoleh gambaran utuh tentang suatu kasus (Rusiadi, 2015).

#### **4. Jenis Data**

Jenis data yang dipakai peneliti pada penelitian ini yaitu jenis data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jejak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil penguji (benda).

#### **5. Sumber Data**

Sumber data penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab peneliti baik pertanyaan tertulis maupun tidak tertulis.

### **D. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional**

#### **1. Variabel Penelitian**

##### **a. Variabel Dependen (Y)**

Menurut (Rusiadi, 2015) menjelaskan bahwa variabel dependen adalah faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas, yaitu faktor yang muncul, atau tidak muncul, atau berubah sesuai dengan yang diperkenalkan oleh peneliti. Variabel dependen (Y) atau variabel terikat pada penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

### **b. Variabel Independen (X)**

Menurut (Rusiadi, 2015) menjelaskan bahwa variabel independen adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi, yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati. Variabel independen (X) atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas Produk ( $X_1$ ).
- 2) Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ).

## **2. Defenisi Operasional**

Menurut (Rusiadi, 2015) defenisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana cara mengukur variabel. Defenisi operasional adalah penjelasan tentang batasan atau ruang lingkup variabel penelitian, sehingga memudahkan pengukuran dan pengamatan instrumen atau alat ukur. Variabel-variabel yang dioperasionalkan dalam penelitian ini adalah semi variabel yang tergantung dalam hipotesis yang telah dirumuskan untuk memberi gambaran yang jelas dan memudahkan dalam pelaksanaan penelitian, maka peneliti memberikan defenisi variabel-variabel yang akan diteliti sebagai dasar dalam membuat kuesioner penulisan sebagai berikut :

Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Deskripsi	Skala
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian sesuatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya. Harapan dan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Hanya saja tingkat kepuasan tergantung dari tingkat harapannya (Kasmir, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem keluhan dan saran</li> <li>2. Survey kepuasan pelanggan</li> <li>3. Ghost shopping</li> <li>4. Analisis mantan pelanggan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang diberikan pelanggan melalui penyampaian saran, pendapat, dan keluhan.</li> <li>2. Memproleh tanggapan secara langsung dari pelanggan</li> <li>3. Metode dengan cara memperkerjakan orang lain untuk berperan sebagai pelanggan.</li> <li>4. Cara untuk mengetahui penyebab dan kekurangan dari pelayanan yang diterima oleh pelanggan.</li> </ol>	<i>Likert</i>
Kualitas Produk	Kualitas produk merupakan tingka baik atau buruknya suatu produk yang di hasilkan yangsesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan kesesuaiannya terhadap kebutuhan. (Gavin & Tjiptono, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil produk (<i>performanc</i>).</li> <li>2. Ciritambahan(<i>featurues</i>).</li> <li>3. Keandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>4. Kesesuaian dengan spesifikasi</li> <li>5. Daya tahan (<i>durability</i>).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karakteristik operasi pokok dari prodk inti yang dibeli.</li> <li>2. Karakteristik skunder atau perlengkapan</li> <li>3. Kemungkinan kecil dalam mengalami kerusakan atau gagal dipakai</li> <li>4. Karakteristik desain dan operasi memenuhi standart yang telah ditetapkan</li> <li>5. Berapa lama produk tersebut di dapat</li> </ol>	<i>Likert</i>



		<p>6. Kegunaan (<i>serviceability</i>).</p> <p>7. Estetika (<i>aesthetics</i>).</p> <p>8. Kualitas yang dirasakan (<i>perceived quality</i>). (Gavin &amp; Tjiptono, 2019)</p>	<p>dan di gunakan.</p> <p>6. Kecepatan, kenyamanan, serta penangan keluhan secara memuaskan.</p> <p>7. Daya tarik produk terhadap panca indra</p> <p>8. Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan.</p>	
Kualitas Pelayanan	<p>upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan. Selain itu keunggulan yang dibentuk melalui pelayanan berorientasi pada empat pilar yang saling berkaitan erat yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan pelayanan. (Tjiptono, 2019)</p>	<p>1. Reabilitas</p> <p>2. Daya tanggap</p> <p>3. Jaminan</p> <p>4. Empety</p>	<p>1. Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kealahan.</p> <p>2. Berkenaan dengan kesedian dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan pelanggan.</p> <p>3. Perilaku para karyawn yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan menciptakan rasa aman bagi para pelanggan.</p> <p>4. Perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan</p>	<i>Likert</i>

		5. Bukti fisik (Tjiptono, 2019)	pelanggan. 5. Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang di gunakan perusahaan.	
--	--	------------------------------------	---	--

Sumber: Data Diolah 2020

### E. Skala Pengukuran Variabel

Menurut (Rusiadi, 2015) menjelaskan skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Penentuan skor / nilai disusun berdasarkan skala likert skor pendapat responden merupakan hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan pada tiap jawaban kuesioner.

Skor pendapat responden merupakan hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan dari tiap jawaban pada kuesioner, seperti yang disajikan pada tabel 3.3, pada tahap ini masing-masing jawaban responden dalam kuesioner diberikan kode sekaligus skor guna menentukan dan mengetahui frekuensi kecenderungan responden terhadap masing-masing pertanyaan yang diukur dengan angka

**Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert**

No	Instrumen	Skala likert
1	Sangat Setuju	6
2	Setuju	5
3	Cukup Setuju	4
4	Kurang Setuju	3
5	Tidak Setuju	2
6	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Fikri, 2020)

### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan metode:

### **1. Metode Kuisisioner**

Menurut (Rusiadi, 2015) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Bila penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, sehingga kuisisioner dapat diantarkan secara langsung dalam waktu tidak terlalu lama, maka pengiriman angket kepada responden tidak perlu melalui pos. Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data objektif dan cepat. Angket data yang diperoleh berupa nilai skor untuk menentukan skor pilihan jawaban angket menggunakan skala *likert*.

### **2. Wawancara**

Wawancara atau tanya jawab dilakukan kepada beberapa pelanggan di toko ALFAMIDI RINGROAD 3 Af65, Jln Gagak Hitam, Kecamatan Medan Sunggal Sumatera untuk memahami berbagai masalah dan pengumpulan data-data yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang dilakukan.

### **3. Dokumentasi**

Menurut (Rusiadi, 2015) dokumentasi adalah peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Metode dokumentasi ini dapat merupakan metode utama apabila peneliti melakukan pendekatan analisis isi. Dalam pengertian lebih luas, dokumentasi bukan hanya yang berwujud tulisan

saja, tetapi dapat berupa benda-benda peninggalan seperti prasasti dan simbol-simbol.

## **G. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Kualitas Data**

Sebelum data dianalisis dan dievaluasi terlebih dahulu data tersebut diuji dengan uji validitas dan uji reabilitas.

#### **a. Uji Validitas (Keabsahan)**

Pengujian validitas bertujuan untuk mengukur keaslian sebuah kuisioner. Sebuah kuisioner dikatakan valid atau sah jika pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuisioner tersebut. Instrumen ukur dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, artinya alat tersebut menjalankan fungsi alat ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Ghazali, 2013). Syarat minimum untuk memenuhi apakah setiap pertanyaan valid atau tidak, dengan membandingkan  $r_{\text{kritis}} = 0,30$  (Sugiono, 2014). Jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid, atau dengan melihat nilai *corrected item total correlation* setiap butir pertanyaan dengan kriteria :

- Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka butir pertanyaan tersebut valid.
- Jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir pertanyaan tersebut tidak valid

(Nasution dkk, 2017)

#### **b. Uji Reliabilitas (Kehandalan)**

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam

mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Butir kuisisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seorang terhadap kuisisioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini, untuk menentukan kuisisioner reliabel atau tidak dengan menggunakan *alpha cronbach*. Menurut (Rusiadi, 2015) kuisisioner dikatakan reliabel jika  $\alpha cronbach > 0,60$  dan tidak reliabel jika sama dengan atau di bawah.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Menurut (Rusiadi, 2015) pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinieritas, dan gejala auto korelasi. Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan *error*. Jika terdapat multikolinieritas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Dengan adanya autokorelasi mengakibatkan penaksir masih tetap bias dan masih tetap konsisten, hanya saja menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan.

### **a. Uji Normalitas**

Menurut (Rusiadi, 2015) uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang dianjurkan. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal. Asumsi ini harus terpenuhi untuk model regresi linier yang baik. Uji normalitas dilakukan pada nilai residu model.

Asumsi normalitas dapat diperiksa *output* normal P-P Plot. Asumsi normalitas terpenuhi ketika penyebaran titik-titik *output*Plot mengikuti garis diagonal plot. Untuk uji normalitas ini menggunakan gambar histogram dan P-P plot. Kriteria untuk histogram, yaitu:

- 1) Jika garis membentuk lonceng dan di tengah maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika garis membentuk lonceng dan miring ke tengah maka data berdistribusi normal.
- 3) Jika garis membentuk lonceng dan miring ke kanan maka data tidak berdistribusi normal.

Sedangkan kriteria untuk P-P Plot, yaitu :

- 1) Jika titik data sesungguhnya menyebar berada di sekitar garis diagonal maka data terdistribusi normal.
- 2) Jika titik data sesungguhnya menyebar berada pada jauh dari garis diagonal maka data tidak terdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Menurut (Rusiadi, 2015) uji multikolinieritas adalah pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antara variabel-variabel bebas dalam suatu metode regresi linear berganda. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisa dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai *tolerance value* > 0,10 atau VIF < 10 maka disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Rusiadi, 2015) uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variasi dan residual suatu pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyarat yaitu model yang terdapat kesamaan varian dan residul satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara lain prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residulnya (SRESID).Kriterianya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi berganda karena pengukuran pengaruh antar variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas, Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ). Analisis regresi berganda bermaksud meramalkan bagaimana naik turunnya variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya. Adapun bentuk umum dari persamaan regresi linear berganda secara sistematis menurut (Rusiadi, 2015) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan (*Dependent Variabel*)

X1 = Kualitas Produk (*Independent Variabel*)

X2 = Kualitas Pelayanan (*Independent Variabel*)

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

$\epsilon$  = *Error Tern* / Tingkat Kesalahan

#### 4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dengan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan suatu hal yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Uji signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan menggunakan *F* dan secara parsial menggunakan uji *t*.

##### a. Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Rusiadi, 2015) uji *F* menguji pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah :

- 1) Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ) apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig F > \alpha 5\%$
- 2) Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ) apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig F < \alpha 5\%$

Rumus uji *F* adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - 1 - K)}$$



Keterangan :

$R^2$ = Koefisien Korelasi Berganda Dikuadratkan

N= Jumlah Sampel

K= Jumlah Variasi Bebas

#### **b. Uji Parsial(Uji t)**

Menurut (Rusiadi, 2015) uji t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait dengan taraf signifikan 5%. Kriteria pengujianya adalah sebagai berikut :

- 1)  $H_0 : \beta_i = 0$ , tidak ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2)  $H_0 : \beta_i \neq 0$ , ada pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 3) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).
- 4) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima).

Rumus uji t adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1+r^2)}} \text{ dengan } dk = n - 2$$

Keterangan :

t = uji pengaruh parsial.

r = koefisien korelasi.

n= banyaknya data.

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Rusiadi, 2015) analisis determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi perubahan dari variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat. Rumus koefisien determinan adalah :  $R^2 \times 100\%$ . Keterangan: Range nilai  $R^2$  adalah 0 (nol) sampai dengan 1 (satu), ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) apabila determinasi  $R^2$  semakin kecil (mendekati nol) berarti model titik tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan amat terbatas, sebaliknya mendekati satu model semakin baik.

Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain. Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikatnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1. Jika hasil mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kuatnya hubungan antar variabel dinyatakan dalam koefisien korelasi. Koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Bila hubungan antar dua variabel atau lebih memiliki koefisien korelasi -1 atau = 1. Maka hubungan tersebut sempurna. Jika terdapat  $r = -1$  maka terdapat korelasi negatif

sempurna, artinya setiap peningkatan pada variabel tertentu maka terjadi perumusan pada variabel lainnya. Sebaliknya jika di dapat  $r = 1$ , maka diperoleh korelasi positif sempurna, artinya ada hubungan yang positif antara variabel dan kuat atau tidaknya hubungan ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi dan koefisien korelasi adalah 0 maka tidak terdapat hubungan. Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya hubungan X terhadap Y maka digunakan pedoman pada tabel berikut:

**Tabel 3.4 Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber:* (Rusiadi, 2015)



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

Midi Utama Indonesia, Tbk (ALFAMIDI) didirikan dengan nama PT. Midi Mart Utama 28 juni 2007 dan memulai beroperasi secara komersial pada tahun 2007. Kantor pusat alfamidi berpusat di Jl. M. H. Thamrin No, 9, Cikokol Tangerang 15117- indonesia. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Midi adalah Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (ALFAMART) dengan persentase kepemilikan sebesar 86,72% induk usaha Alfamidi adalah Alfamart sedangkan induk usaha terakhir Midi adalah PT. Cipta Selaras Agung. Jumlah gerai Midi mencapai 1063 gerai-gerai tersebut tersebar di beberapa toko besar seperti Jakarta, Tangerang, Bogor, Depok, Bekasi, Surabaya, Malang, Denpasar, Makasar, Medan Dan Samarinda.

Alfamidi adalah jaringan ritel dengan konsep yang baru yaitu minimarket. konsep Alfamidi dikembangkan untuk menyesuaikan perubahan belanja konsumen dari belanja bulanan menjadi belanja mingguan dan belanja ke toko terdekat. Gerai ini lebih besar dari minimarket pada umumnya yang menempati luas area penjualan dari 200-400 meter persegi, dimana sekitar 20% luasnya digunakan untuk memajang produk fresh food ( buah, sayur dan makanan beku ). Bauran produk yang dijual di Alfamidi mencapai 7.000 SKU dan dilengkapi dengan produk-produk fresh-food seperti ; buah, sayur-mayur dan daging olahan yang dibutuhkan oleh masyarakat serta tidak dijumpai di gerai minimarket seperti indomaret ataupun alfamart menjual buah dan sayur , Alfamidi juga menjual berbagai produk makanan, minuman

dan kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 5000 produk makanan dan barang tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari.

Alfamidi dikembangkan sebagai konsep “supermarket mini”. Alfamidi sebagai “gerai komunitas”, berlokasi di wilayah pemukiman agar dapat melayani cepat dan mudah dijangkau masyarakat dari rumah. Sebagai gerai komunitas, alfamidi juga mengajak masyarakat sekitar gerai untuk dapat berdagang dengan menempati area depan samping gerai. Alfamidi sendiri memiliki tagline “Belanja Puas Harga Hemat” diposisikan untuk dapat memberikan pelayanan dan pengalaman belanja pelanggan agar terpenuhi kebutuhannya dan dengan harga yang hemat.

## **1. Visi dan Misi**

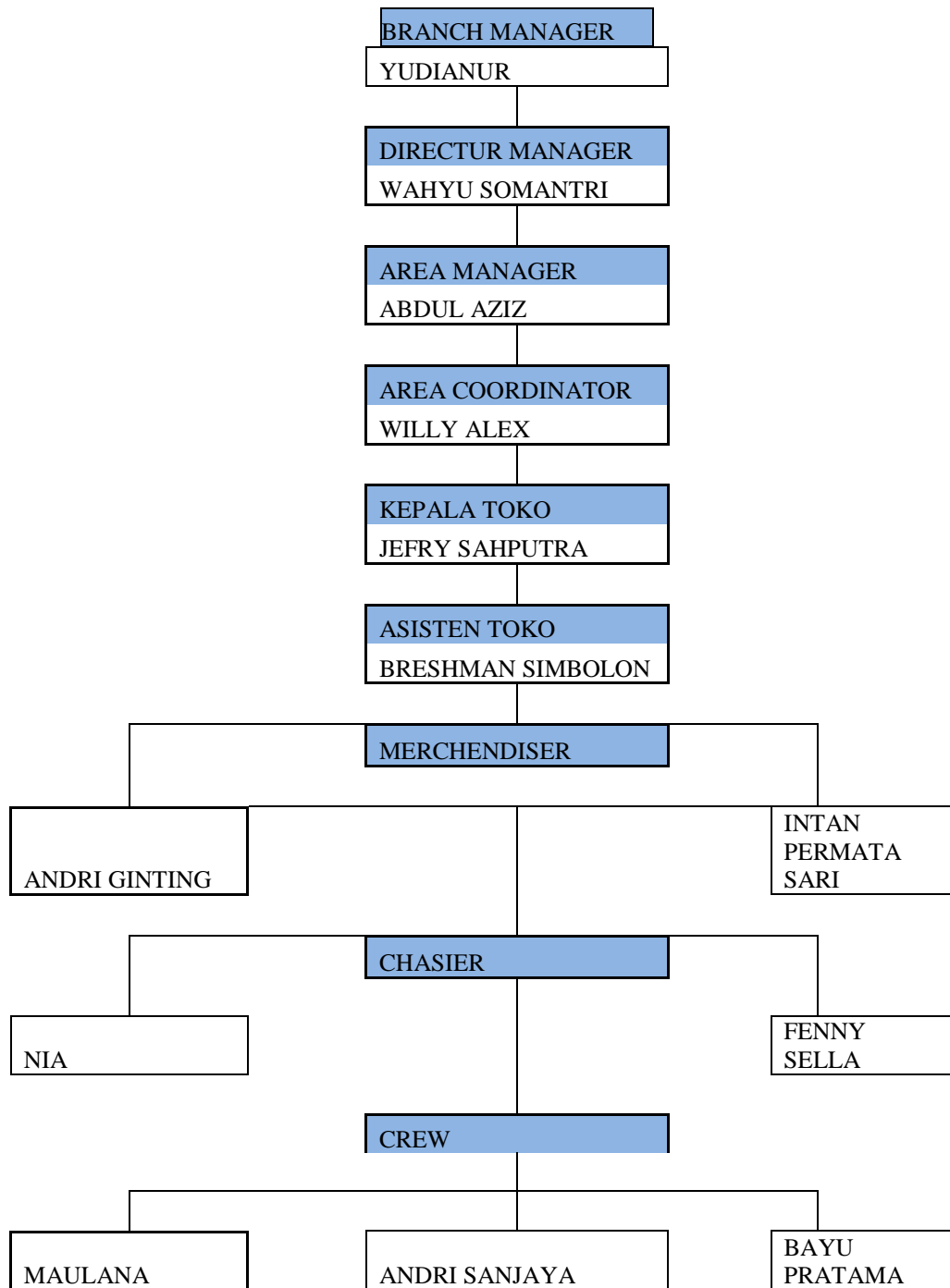
### **a. Visi**

Menjadi jaringan retail yang menyatu dengan masyarakat mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

### **b. Misi**

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas.
2. Menegakkan tingkah laku atau etika bisnis yang tertinggi.
3. Menumbuhkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

## B. Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Alfamidi Ringroad 3

## C. Deskripsi Karakteristik Responden

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin

Berikut ini data responden yang berdasarkan pada usia dan jenis kelamin sebagai berikut:

**Table 4.1 Usia\*Jenis kelamin**

		Jenis Kelamin		Total
		Pria	Wanita	
Usia	<15 tahun	1	0	1
	15-20 tahun	3	1	4
	21-30 tahun	20	13	33
	31-40 tahun	16	24	41
	41-50 tahun	8	3	11
	>50 tahun	0	1	1
Total		48	42	90

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwasannya responden yang paling dominan adalah wanita sebanyak 24 orang atau responden dengan usia 31-40 tahun (37%). Hal ini menunjukkan bahwa wanita yang berumur 31-40 tahun lebih nyaman berbelanja di toko alfamidi ringroad 3 di karenakan produk yang lebih lengkap.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Status Perkawinan

Berikut ini data responden yang berdasarkan tingkat pendidikan dan status perkawinan sebagai berikut:



**Table 4.2 Tingkat Pendidikan \* Status Perkawinan**

		Status perkawinan			Total
		Lajang	Kawin	Janda/Duda	
Tingkat Pendidikan	<SMP	2	0	2	4
	SMA	20	37	1	58
	Diploma	8	7	0	15
	Sarjana	5	8	0	13
Total		35	52	3	90

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwasannya responden yang paling dominan adalah yang berstatus kawin dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 37 orang atau responden (24%). Hal ini menunjukkan bahwasannya responden dengan status kawin pada tingkat SMA lebih suka dengan tempat berbelanja yang fleksible.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini data responden yang berdasarkan pada pekerjaan sebagai berikut:

**Table 4.3 Produk Yang Sering Di Beli \* Pekerjaan**

		Pekerjaan					Total
		Pelajar/ Mahasiswa	Karyawan Swasta	Pegawai Negeri	Tni/ Pol ri	Wirausaha	
Produk Yang Sering Di Beli	Beverage	0	7	1	1	0	9
	Rokok	0	22	0	0	0	22
	Baby milk	0	17	1	0	0	18
	Buah-buahan	1	6	3	0	1	11
	Personal care	0	2	2	1	0	5
	Biskuit	3	7	3	3	0	16
	Breads	1	1	2	0	0	4
	Makanan bayi	0	3	0	0	0	3
	Ddf	0	2	1	0	0	3
Total		5	67	13	5	1	9

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwasannya responden yang paling dominan adalah karyawan swasta sebanyak 22 orang atau responden dan

produk yang sering di beli yaitu item rokok (40%). Hal ini menunjukkan bahwasannya karyawan swasta lebih puas dengan pita cukai yang di jual pada toko alfamidi ringroad 3.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Berbelanja

Berikut ini data responden yang berdasarkan berapa lama berbelanja sebagai berikut:

**Table 4.4 Sudah Berapa Lama Belanja Di Alfamidi rrd3\*  
Apakah Anda Sudah Memiliki Member**

		Apakah Anda Sudah Memiliki Member		Total
		Sudah	Belum	
<b>Sudah Berapa Lama Belanja Di Alfamidi Ringroad3</b>	<6 bulan	0	1	1
	1 tahun	34	12	46
	2 tahun	20	15	35
	>3 tahun	7	1	8
Total		61	29	90

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwasannya responden yang paling dominan adalah yang sudah memiliki kartu member sebanyak 34 orang atau responden dengan lamanya berbelanja sudah 1 tahun (26%). Hal ini menunjukkan bahwasannya responden yang berbelanja tidak ingin menyia-nyiakan point dari setiap transaksi yang di lakukan.

#### 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Belanja

Berikut ini data responden yang berdasarkan seberapa sering berbelanja adalah sebagai berikut:

**Table 4.5 Seberapa Sering Belanja Di Toko Alfamidi Ringroad 3 \*  
Pembayaran Yang Sering Di Gunakan**

		Pembayaran Yang Sering Di Gunakan			Total
		Tunai	Debit/kredit	Gopay/ shopee	
<b>Seberapa Sering Belanja Di Toko Alfamidi Ringroad3</b>	1x dalam seminggu	52	1	3	56
	2x dalam seminggu	27	3	2	32
	1x dalam 2 minggu	2	0	0	2
<b>Total</b>		<b>81</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>90</b>

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwasannya responden yang paling dominan dalam metode pembayaran adalah secara tunai sebanyak 52 orang atau responden dan yang paling dominan sering berbelanja di toko alfamidi ringroad 3 yaitu 1X dalam seminggu (17%). Hal ini menunjukkan bawasanya pelanggan menginginkan hal yang lebih mudah atau cepat dalam bertransaksi.

## **6. Karakteristik Responden Berdasarkan Media dalam Mendapatkan Informasi**

Berikut ini data responden yang berdasarkan media dalam mendapatkan informasi adalah sebagai berikut:

**Table 4.6 Media Dalam Mendapatkan Informasi \* Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin		Total
		pria	wanita	
<b>Media Dalam Mendapatkan Informasi</b>	Instagram	14	15	29
	Internet	34	27	61
<b>Total</b>		<b>48</b>	<b>42</b>	<b>90</b>

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwasannya responden yang paling dominan adalah berjenis kelamin pria sebanyak 34 orang atau responden dalam mendapatkan informasi melalui internet (26%). Hal ini menunjukkan bahwasannya pria lebih aktif dan sensitif dalam mencari informasi terkait promosi minuman yang di jual pada toko alfamidi

ringroad 3.

## 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Apakah Yang Membuat Nyaman Berbelanja Di Alfamidi Rrd3 \* Usia

Berikut ini data responden yang berdasarkan media dalam mendapatkan informasi adalah sebagai berikut:

**Table 4.7 Apakah Yang Membuat Nyaman Berbelanja Di Alfamidi Ringroadrd3 \* Usia**

		Usia						Total
		<15 Tahun	15-20 Tahun	21-30 Tahun	31-40 Tahun	41-50 Tahun	>50 Tahun	
<b>Apakah Yang Membuat Nyaman Berbelanja Di Alfamidi Rrd3</b>	lokasi	1	2	21	22	7	0	53
	tipe toko	0	0	6	8	0	0	14
	suasana toko	0	0	4	3	1	0	8
	produk yang lengkap	0	0	1	5	2	1	9
	Pelayanan	0	2	1	2	1	0	6
Total		1	4	33	40	11	1	90

Pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwasannya responden yang paling dominan adalah yang berusia 31-40 tahun sebanyak 22 orang atau responden dengan tingkat kenyamanan berada pada lokasi toko (40%). Hal ini menunjukkan bahwasannya pelanggan yang berusia 31-40 tahun mencari tempat berbelanja yang dekat atau lebih cepat dari rumahnya dalam mengunjungi tempat berbelanja tersebut.

### D. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini 2 variabel bebas yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Dalam penyebaran angket, masing-masing butir pernyataan dari setiap variabel harus di isi oleh responden yang

berjumlah 90 orang. Adapun jawaban-jawaban dari responden yang diperoleh akan ditampilkan pada tabel-tabel berikut:

## 1. Kualitas Produk

Berikut ini deskripsi variabel penelitian dari indikator kualitas produk:

**Table 4.8 Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	TST	TS	KS	CS	S	SS	Total
1.	<b>Kinerja:</b> Produk dapat di beli tanpa maksimum pembelian.	-	2	15	20	31	22	90
2.	Produk yang di pajang tidak berdebu.	-	2	16	22	30	20	90
3.	<b>Fitur:</b> Menjual variasi ukuran yang lengkap.	-	4	19	21	25	21	90
4.	Memiliki variasi aroma dan rasa yang beragam.	-	4	21	23	26	16	90
5.	<b>Daya Tahan:</b> Jangka masa kadaluarsa masih terhitung jauh pada saat pembelian.	-	2	15	26	23	24	90
6.	Warna kemasan yang tidak mudah pudar.	-	3	14	27	22	24	90
7.	<b>Kesesuaian:</b> Harga produk selalu update dan tidak apa perbedaan saat penginputan di pos kasir dengan di rak.	-	1	14	26	28	21	90
8.	Harga produk yang di tetapkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima.	-	1	13	24	28	24	90

9.	<b>Kehandalan:</b> Produk yang di jual pada toko alfamidi ringroad 3 af65 menjual kemasan yang tidak cacat.	-	2	15	25	34	14	90
10.	Warna kemasan yang di jual fresh dan tidak kusam.	-	1	15	30	30	14	90
11.	<b>Kemampuan:</b> Kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan produk yang diinginkan.	-	1	17	28	31	13	90
12.	Karyawan menguasai kegunaan dari setiap produk yang di jual.	-	2	16	26	34	12	90
13.	<b>Estetika:</b> Susunan produk terpajang secara rapi.	-	3	16	25	30	16	90
14.	Toko alfamidi ringroad 3 af 65 menjual produk yang lebih lengkap.	-	1	18	22	16	33	90
15.	<b>Kualitas yang di persepsikan:</b> Toko alfamidi ringroad 3 af 65 menjual buah-buahan yang fresh.	-	-	11	30	26	23	90
16.	Memberikan potongan harga yang lebih hemat dari setiap produk yang di promosikan.	-	-	10	33	20	27	90
Total		0	29	245	408	434	324	1.440
Total Positif / Negatif		274			1.166			
Rata Positif / Negatif		0,20 (20%)			0,80 (80%)			

Dari Tabel 4.8 di atas merupakan jawaban responden atas variabel Kualitas produk ( $X_1$ ) menunjukkan rata rata jawaban positif sebesar 0,80

(80%) responden dan dominan di jawab setuju 434 responden hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk di Toko Alfamidi RRD3 mendapatkan respon yang baik di kalangan pelanggan sehingga di harapkan Toko Alfamidi RRD3 agar meningkatkan kualitas produk nya. Terutama pada variasi aroma dan rasa yang beragam, agar pelanggan lebih tertarik dengan variasi yang lebih lengkap.

## 2. Kualitas Pelayanan

Berikut ini deskripsi variabel penelitian dari indikator kualitas pelayanan

**Table 4.9 Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1.	<b>Reabilitas:</b> Pesanan midi kring di antar secara cepat oleh karyawan toko alfamidi ringroad 3 af65.	-	34	24	6	26	-	90
2.	Keakuratan perhitungan dalam bertransaksi di pos kasir.	-	1	39	18	9	23	90
3.	<b>Daya tanggap:</b> Pelanggan di layani secara sigap oleh karyawan.	-	17	29	19	25	-	90
4.	Karyawan menangani keluhan pelanggan dengan sabar.	-	36	15	22	17	-	90

5.	<b>Jaminan :</b> Karyawan memiliki pengetahuan yang luas dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan.	-	33	14	17	25	1	90
6.	Karyawan selalu bersikap sopan kepada pelanggan	-	34	12	19	24	1	90
7.	<b>Empety :</b> Karyawan mampu menjalin komunikasi secara akrab dengan pelanggan.	-	21	21	31	17	-	90
8.	Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan saat pelanggan bingung dalam mencari produk yang diinginkan.	-	24	18	25	22	1	90
9.	<b>Bukti fisik :</b> Lokasi parkir yang luas dan mudah di akses.	-	37	13	11	27	2	90
10.	Karyawan yang berpenampilan rapi dan wangi.	-	37	16	5	31	1	90
Total		0	274	201	173	223	29	900
Total	Positif / Negatif		475		425			
Rata	Positif / Negatif		0,53 (53%)		0,47 (47%)			

Dari Tabel 4.9 di atas merupakan jawaban responden atas variabel Kualitas pelayanan ( $X_2$ ) menunjukkan rata rata jawaban negatif sebesar 0,53 (53%) responden dan dominan di jawab tidak setuju 274 responden hal ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan di Toko Alfamidi RRD3 tidak mendapatkan respon baik di kalangan pelanggan. sehingga di harapkan agar



meningkatkan kualitas pelayanannya di segi keakuratan perhitungan dalam bertransaksi di pos kasir, karena kualitas pelayanan itu sendiri merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

### 3. Kepuasan pelanggan

Berikut ini deskripsi variabel penelitian dari indikator kepuasan pelanggan.

**Table 4.10 Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS	Total
1.	<b>Sistem keluh dan saran:</b> Toko alfamidi ringroad 3 af 65 memberikan kesempatan kepada pelanggan dalam menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan.	-	6	28	35	20	1	90
2.	Toko alfamidi 3 af 65 menyediakan buku keluh dan saran untuk pelanggan.	-	2	24	40	23	1	90
3.	<b>Survey kepuasan pelanggan:</b> pihak karyawan menjadikan pelanggan sebagai responden untuk mengungkapkan masalah yang berkaitan dengan penawaranserta saran-saran untuk memperbaiki.	-	5	33	31	19	2	90
4.	Pihak karyawan memberikan pertanyaan menyangkut harapan pelanggan terhadap pelayanan yang di berikan.	-	6	29	35	17	3	90

5.	<b>Ghost shopping:</b> Pelanggan ( <i>ghost shopping</i> ) menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk yang di jual.	-	2	31	38	14	5	90
6.	Memberikan efek positif dalam memantau kinerja karyawan.	-	4	28	37	15	6	90
7.	<b>Analisis mantan pelanggan:</b> Perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah lama berhenti berbelanja.	-	3	33	33	15	6	90
8.	Pelanggan memberikan informasi penyebab berhentinya berbelanja.	-	1	26	39	17	7	90
Total		0	29	232	288	140	31	720
Total	Positif / Negatif	261			459			
Rata	Positif / Negatif	0,36 (36%)			0,64 (64%)			

Dari Tabel 4.10 di atas merupakan jawaban responden atas variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan rata-rata jawaban positif sebesar 0,64 (64%) responden dan dominan di jawab cukup setuju 288 responden hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Toko Alfamidi Ringroad 3 mendapatkan respon yang positif dari pelanggan terutama pada penyediaan kotak saran pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwasannya kotak saran pelanggan di dengarkan oleh pihak toko.

## E. Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas

Berikut ini disajikan pengujian validitas dari item kuisioner yang diberikan kepada responden dan pengolahan tabulasi jawaban responden dan variabel yang digunakan sebagai berikut:

**Table 4.11 Uji Validitas Kualitas Produk Item-Total Statistics**

	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>
produk dapat di beli tanpa maksimal pembelian(kinerja)	.412
produk yng dipajang tidak berdebu	.369
menjual variasi ukuran yang lengkap	.487
memiliki variasi aroma dan rasa yang beragam	.497
jangka masa kadaluarsa masih terhitung jauh pada saat pembelian	.379
warna kemasan tidak mudah pudar	.500
harga produk selalu update dan tidk ada perbedaan saat penginputan di pos kasir dengan di rak	.364
harga produk yang di tetapkan sesuai dengan kualitas produk yang di terima	.244
produk yang di jual pada toko alfamdi rrd3 af65 menjual produk yang tidak cacat	.351
warna kemasan yang di jual fresh dan tidak kusam	.343
kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan produk yang di inginkan	.281
karyawan menguasai kegunaan dari setiap produk yang di jual	.284
memberikan potongan harga yang lebih hemat dari setiap produk yang di promosikan	.234

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16

Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak  $n = 90$ , sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.2072. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ), telah

memenuhi syarat validitas yaitu  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Oleh sebab itu indikator penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah. Dalam penelitian ini bahwa X<sub>1.13</sub> (0.203), X<sub>1.14</sub> (0.102) dan X<sub>1.15</sub>(0,204) dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Pelayanan Item-Total Statistics**

	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>
pesanan midi kring di antar secara cepat oleh karyawan toko alfamidi rrd2	.499
keakuratan perhitungan dalam transaksi di pos kasir	.499
karyawan menangani keluhan pelanggan dengan sabar	.418
karyawan memiliki pengetahuan yang luas dalam menjawab pertanyaan dari pelanggan	.530
karyawan selalu bersikap sopan kepada pelanggan	.334
lokasi parkir yang luas dan mdah di akses	.237
karyawan yang berpenampilan rapi dan wangi	.337

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16*

Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak  $n = 90$ , sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.2072. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel kualitas pelayanan (X<sub>2</sub>), telah memenuhi syarat validitas yaitu  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Oleh sebab itu indikator pada penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah. Dalam penelitian di temukan bahwa X<sub>2.3</sub> (0,140), X<sub>2.7</sub> (0,206), dan X<sub>2.8</sub> (0,051) di nyatakan tidak sah dan tidak valid.

**Tabel 4.13 Uji Kepuasan Pelanggan Item-Total Statistics**

	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>
Toko alfamidi ringroad3 af 65 memberikan kesempatan kepada pelanggan dalam menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan	.645
Toko alfamidi ringroad 3 af65 menyediakan buku keluh dan saran untuk pelanggan	.590
Pihak karyawan menjadikan pelanggan sebagai responden untuk mengungkapkan masalah yang berkaitan dengan penawaran serta saran-saran untuk memperbaiki	.755
Pihak karyawan memberikan pertanyaan menyangkut harapan pelanggan terhadap pelayanan yang di berikan	.743
Pelanggan(gs) menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk yang di jual	.734
Memberikan efek positif dalam memantau kinerja karyawan	.655
Perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah lama berhenti berbelanja	.628
Pelanggan memberikan informasi penyebab berhentinya berbelanja	.524

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16

Diperoleh hasil bahwa jumlah sampel penelitian sebanyak  $n = 90$ , sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.2072. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel kepuasan pelanggan (Y), telah memenuhi syarat validitas yaitu  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Oleh sebab itu indikator pada penelitian tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dan dinyatakan valid dan sah.

## 2. Uji Realibitas

Rusiadi, (2015) reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas alat pengukur, semakin stabil pula pengukur tersebut. Butir kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuisisioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau tidak dengan menggunakan *alpha*

*cronbach*. Angket dikatakan reliabel jika *alpha cronbach*  $> 0,60$  dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah  $0,60$  dan tidak reliabel jika sama dengan atau di bawah. .

Reliabilitas dari pertanyaan kuesioner yang telah diajukan peneliti kepada responden dalam penelitian ini akan terlihat pada tabel *Reliability Statistics* yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

**Table 4.14 Uji Reabilitas Kualitas Produk**

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
,746	13

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.

**Table 4.15 Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan**

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
,695	7

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.

**Table 4.16 Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen**

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.887	8

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.

Tabel 4.14. di atas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,746 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 13 butir pernyataan pada variabel kualitas produk adalah reliabel atau dikatakan handal.

Tabel 4.15. di atas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,695 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 7 butir pernyataan pada variabel kualitas pelayanan adalah reliabel atau dikatakan handal.

Dari Tabel 4.16. di atas, hasil *output* SPSS diketahui nilai *Cronbach's Alpha* sebesar  $0,887 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari 8 butir pernyataan

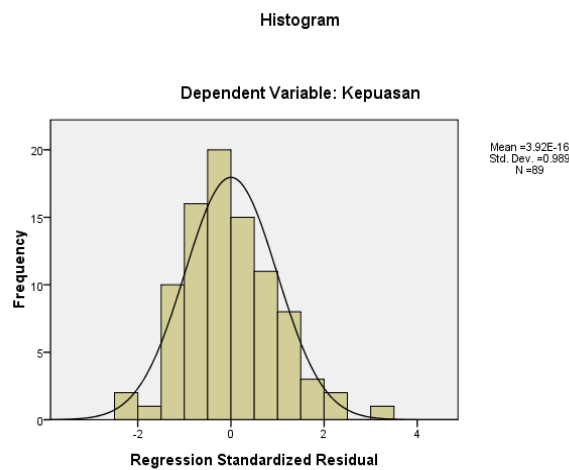
pada variabel kepuasan konsumen adalah reliabel atau dikatakan handal.

## F. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dari penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa alat uji regresi linier berganda layak atau tidak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik distribusi data normal atau mendekati normal.

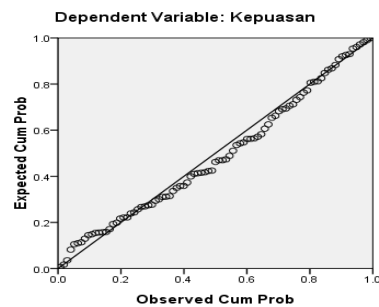


**Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas**

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 16*

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas, hasil pengujian normalitas data diketahui bahwa data tidak berdistribusi secara normal, dimana gambar histogram memiliki garis membentuk lonceng dan memiliki kecembungan kemiringan ke kanan.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

**Gambar 4.3 Scatterplot Uji PP Plot Uji Normalitas**

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16*

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, kemudian untuk hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar PP Plot terlihat titik-titik data yang menyebar berada di sekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal.

Dari kedua gambar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji normalitas data, data untuk variabel kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terdistribusi secara normal.

Untuk lebih memastikan apakah data disepanjang garis diagonal tersebut berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji *Kolmogorov Smirnov (1 Sample KS)* yakni dengan melihat data residualnya apakah distribusi normal atau tidak. Jika nilai *Asym.sig (2-tailed)* > taraf nyata ( $\alpha = 0.05$ ) maka data residual berdistribusi normal.



**Table 4.17 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		<i>Unstandardized Predicted Value</i>
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	30.9817800
	Std. Deviation	1.01321186
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.041
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the truesignificance.

Pada tabel 4.17. di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengolahan data tersebut, besar nilai signifikansi *Kolmogrov Smirnov* sebesar 0,200 maka dapat disimpulkan data tidak terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 ( $p = 0,200 > 0,05$ ).

Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa nilai – nilai observasi data tidak terdistribusi secara normal dan dilanjutkan dengan ujiasumsi klasik lainnya.

## 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas**

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VI F</i>
(Constant)		
Total Kualitas Produk	.897	1.115
Total Kualitas Pelayanan	.897	1.115

Pada table 4.18 dapat dijelaskan bahwa nilai *Tolerance* dan VIF untuk variable bebas adalah sebagai berikut:

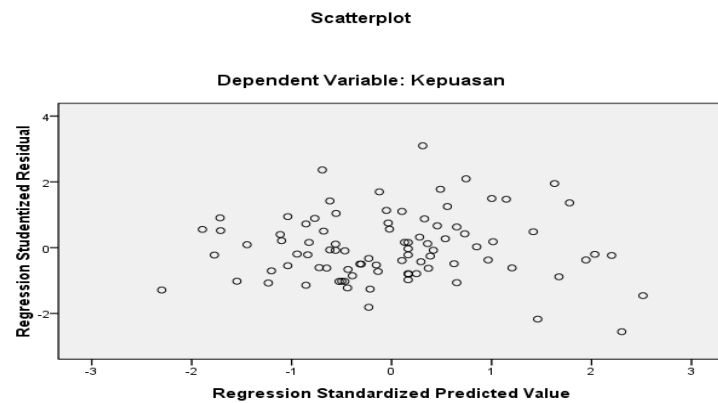
Variable kualitas produk (X1) mempunyai nilai *Tolerance* = 0,897 dan nilai VIF = 1,115.

Variable kualitas pelayanan (X2) mempunyai nilai *Tolerance* = 0,897 dan nilai VIF = 1,115.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 16 atas nilai *Tolerance* dan VIF diatas dapat diketahui bahwa variabel tersebut mempunyai nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antar variable independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) tidak terjadi gejala multikolinearitas (antar variable independen tidak mempunyai korelasi).

### **3. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).



**Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas**

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16*

Berdasarkan gambar 4.4 di atas, gambar *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau *trend* garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain: variabel-variabel akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

## **G. Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*)**

### **1. Regresi Linier Berganda**

Tujuan dari analisa regresi linier berganda adalah untuk mengetahui besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda karena pengukuran pengaruh antara variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas, dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

**Table 4.19 Uji Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.886	6.541		3.346	.001
Kualitas Produk	.077	.088	.098	.874	.385
Kualitas Pelayanan	.198	.115	.193	1.726	.088

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pada tabel 4.13 diperoleh regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 21,886 + 0.077 X_1 + 0.198 X_2 + \epsilon$$

Interprestasi dari persamaan regresi linier berganda adalah:

- 1) Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap 0 (nol) maka kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 21,886.
- 2) Jika terjadi peningkatan kualitas produk sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,077 atau 07.7%.
- 3) Jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 (satu) satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,198 atau 19.8%.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial

Uji parsial dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan.

**Table 4.20 Uji Parsial  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.886	6.541		3.346	.001
Kualitas Produk	.077	.088	.098	.874	.385
Kualitas Pelayanan	.198	.115	.193	1.726	.088

b. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Pada tabel 4.20 nilai persamaan  $t_{hitung}$  dan signifikan untuk variabel bebas yaitu:

- 1) Variabel kualitas produk mempunyai nilai koefisien nilai  $t_{hitung} = 0,874$  pada signifikan 0,385.
- 2) Variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai koefisien nilai  $t_{hitung} = 1,726$  pada signifikan 0,088.

Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak  $n = 90$  responden sehingga dapat diperoleh nilai koefisien  $t_{tabel} = 1,291$  pada signifikan 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan yaitu:

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan:

$H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{Sig. } t < \alpha$

$H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $\text{Sig. } t > \alpha$

Variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan (nilai koefisien  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $0,874 < 1,291$  pada signifikan  $0,385 > 0,05$ ). Maka hipotesis ( $H_1$ ) sebelumnya ditolak. Artinya kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan.

- 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian signifikan dengan kriteria pengambilan keputusan:

$H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig. t < \alpha$

$H_2$  ditolak dan  $H_0$  diterima, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig. t > \alpha$

Variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (nilai koefisien  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $1.726 > 1.291$  pada signifikan  $0.88 > 0.05$ ). Maka hipotesis ( $H_2$ ) sebelumnya ditolak.

### b. Uji Simultan

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Table 4.21 Uji Simultan ANOVA<sup>a</sup> (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	90,977	2	45,488	1,547	,219 <sup>a</sup>
Residual	2528,012	86	29,395		
Total	2618,989	88			

A. *Dependent Variable: kepuasan pelanggan*

B. *Predictors: (Constant), kualitas produk. Kualitas pelayanan*

Dapat dilihat dari hasil uji simultan pada tabel 4.21 maka diperoleh nilai koefisien pada  $F_{hitung} = 1,547$  pada signifikan 0.219. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak  $n = 90$  responden dimana  $df(1) = n - k = 90 - 3 = 87$ . Kemudian dapat diperoleh nilai koefisien  $f_{tabel} = 3,101$  pada signifikan 0,05.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif

namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (nilai koefisien  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $1.547 < 3.101$  pada signifikan  $0.219 > 0,05$ ). Maka hipotesis ( $H_3$ ) sebelumnya ditolak.

### 3. Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi perubahan dari variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat.

**Table 4.22 Uji Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,186 <sup>a</sup>	,035	,012	5,422

Sumber: diolah SPSS Tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.21 dilihat bahwa angka adjuster R *Square* 0,012 yang dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 1.2% kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya  $100\% - 01.2\% = 98.8\%$  dijelaskan oleh faktor lain atau variabel di luar model, seperti faktor harga, lokasi dan lain-lain.

## H. Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari variabel kualitas produk menunjukkan tidak positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $0.874 < 1,291$  pada signifikan  $0.385 > 0.05$ . Maka hipotesis ( $H_1$ ) sebelumnya ditolak.

Berdasarkan hasil analisis dari hasil pengujian yang telah dilakukan di ketahui bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki nilai regresi sebesar 0,077 yang mengindikasikan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan karena

alfamidi tidak memiliki produk sendiri, alfamidi hanya menjual produk-produk dari vendor dan untuk *private label* alfamidi yang tercantum pada produk itu hanyalah kerja sama dengan vendor lain. Produk-produk yang dijual di alfamidi sudah berkualitas dan sudah memiliki nama yang sudah di kenal di kalangan masyarakat.

Berdasarkan hasil regresi linier berganda dan hasil uji t yang di lakukan dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko alfamidi ringroad 3. Oleh karena itu, hipotesis H1 yang di ajukan dapat di terima dan terbukti benar ( terima  $H_a$  dan tolak  $H_o$  ) hal ini sejalan dengan observasi yang peneliti lakukan yang telah di tuliskan di latar belakang masalah bahwa kualitas produk menurun yang di sebabkan oleh variasi ukuran.

Hasil penelitian ini juga di dukung dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Tommy Perdana Putra (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan secara umum karena kualitas produk yang di beli tidak dapat di ukur secara langsung, hanya melalui deskripsi pada penjualan produk, sehingga pelanggan tidak mendapatkan produk sesuai harapan.

Menurut (Gavin & Tjiptono, 2019) kualitas produk merupakan tingkat baik atau buruknya suatu produk yang di hasilkan yang sesuai dengan spesifikasi yang telah di tentukan ataupun kesesuaiannya terhadap kebutuhan. Pada dasarnya kepuasan pelanggan untuk memuaskan



keinginannya. Jika selama pelanggan di suatu toko namun kualitas produk tidak memuaskan, maka pelanggan akan berpindah tempat untuk mencari produk yang lebih baik seperti yang di inginkan. Sebaliknya, jika kualitas produk yang di berikan toko mampu mencukupi keinginan pelanggan, maka pelanggan setia pada toko itu.

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari variabel kualitas pelayanan menunjukkan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $1,726 < 1,291$  pada signifikan  $0,88 > 0,05$ ). Maka hipotesis ( $H_2$ ) sebelumnya ditolak .

Berdasarkan hasil analisis dari hasil pengujian yang di lakukan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki nilai regresi sebesar 0,198 yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mendapatkan respon positif dari pelanggan dan alfamidi harus lebih meningkatkan dan memperhatikan keinginan dan kemudahan apa yang di inginkan oleh pelanggan. sebaliknya menurunnya kualitas pelayanan pelanggan akan menurunkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda dan hasil uji t yang di lakukan dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko alfamidi ringroad 3. Oleh karena itu hipotesis  $H_2$  yang di ajukan dapat di terima dan terbukti benar (terima  $H_a$  dan tolak  $H_o$  ). Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang di kemukakan oleh (Tjiptono, 2019) dimana kualitas

pelayanan berkaitan erat dengan kualitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan membuat pelanggan dapat meningkatkan kepuasannya. Hasil penelitian ini juga di dukung dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Arif Febrinan Agung (2018) yang menyatakan bahwa variabel kepuasan pelanggan swalayan indomaret di peroleh nilai signifikan sebesar  $0,177 > 0,05$  yang berarti kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan indomaret, dan berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Surni dan Sulaiman (2019) yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan 0.05.

Menurut (Kasmir, 2018) kualitas pelayanan merupakan salah satu prestasi kerja atau kinerja karyawan dalam suatu periode tertentu. Artinya salah satu ukuran kinerja suatu karyawan adalah diukur dari kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada pelangganya (terutama untuk karyawan dalam melayani pelanggan). Pada dasarnya kualitas pelayanan sangat di inginkan oleh pelanggan alfamidi ringroad 3.

### **3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil dari gabungan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (nilai koefisien  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $1.547 < 3.101$  pada signifikan  $0.219 > 0,05$ ). Maka hipotesis ( $H_3$ )

sebelumnya ditolak.

Berdasarkan hasil analisis dari hasil pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) masing-masing memiliki nilai regresi positif yang mengindikasikan bahwa secara bersama-sama (simultan) kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Ringroad 3. Maka hipotesis H3 dapat diterima dan terbukti benar (terima  $H_a$  dan tolak  $H_o$ ) hal ini sejalan dengan observasi yang peneliti lakukan yang telah dituliskan di latar belakang masalah bahwa kepuasan pelanggan menurun yang disebabkan oleh keberadaan pelanggan, ketlibatan pelanggan dan kualitas karyawan yang juga menurun. Selain itu kepuasan pelanggan juga disebabkan karena kualitas produk dan kualitas pelayanan yang secara simultan juga menurun.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan yaitu mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Alfamidi Ringroad 3 telah terlaksana. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Kasimir 2018 yang berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di antaranya kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, lokasi, merek, pembungkusan, design, dan warna. Sehingga hasil penelitian yang di

hasilkan sejalan dengan teori yang di gunakan pada penelitian ini.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Alfamidi Ringroad 3 Af 65. Dengan demikian hasil penelitian yang telah dilakukan berbanding terbalik dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Alfamidi Ringroad 3 Af 65. Dengan demikian hasil penelitian yang telah dilakukan berbanding terbalik dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.
3. Berdasarkan hasil di simpulkan bahwa pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko Alfamidi Ringroad 3 Af 65. Dengan demikian hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan teori yang digunakan pada penelitian ini.

Dan pelanggan yang dominan datang berbelanja di toko alfamidi ringroad 3 yaitu :

1. Laki-laki
2. Menikah
3. Usia 31-40 tahun
4. Pendidikan SMA

5. Bekerja sebagai karyawan swasta
6. Produk yang sering di beli yaitu rokok
7. Memiliki member alfamidi
8. Lama berbelanja 1 tahun
9. Pembayaran secara tunai
10. Belanja 1X dalam seminggu
11. Media informasi melalui internet
12. Kenyamanan berbelanja di karenakan lokasi toko

## **B. Saran**

1. Disarankan untuk Alfamidi ringroad 3 untuk memiliki variasi aroma dan rasa yang beragam untuk produk yang di jual baik itu tersusun secara rapi dan sesuai dengan kategori produk, agar pelanggan merasakan kepuasan tersendiri dari kualitas produk yang di berikan oleh pihak toko alfamidi ringroad3.
2. Karyawan alfamidi ringroad 3 di harapkan agar lebih berhati-hati dan lebih akurat dalam perhitungan di pos kasir yang dimana hal ini tentunya dapat meningkatkan rasa nyaman dari pihak pelanggan dan mendapatkan kepercayaan tersendiri dari pelanggan pada toko alfamidi ringroad3.
3. Di sarankan untuk penelitian selanjutnya untuk dapat melakukan penambahan variasi seperti memasukkan variabel harga, lokasi, promosi, ataupun loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afnina. (2018). pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *ekonomi bisnis* , 9 (1), 22.
- Afnina, Y. H. (2018). pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *ekonomi dan bisnis* , 9 (1), 22.
- Afnina, Y. H. (2018). pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *ekonomi dan bisnis* , 9 (1).
- Agustinawati. (2016). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis kuliner dengan pendekatan SERVQUAL. *ekonomi* , 5 (2), 38.
- Dewi, R. N., & Hidayat, R. (2015). pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan bingkayadamatam. *akutansi,manajemnt bisnis* , 3 (1), 32-34.
- Fikri, S. M. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan membaca koran waspada*. medan: universitas pembangunan panca budi.
- Gavin, & Tjiptono, F. (2019). *service, quality & customer satisfation*. yogyakarta: andi offset.
- Gavin, & Tjiptono, F. (2019). *Service,quality&customer satisfaction*. yogyakarta: andi offset.
- Gummesson, & Tjiptono, F. (2019). *service, quality& customer satisfaction*. Yogyakarta: cv.andi offset.
- Jumiati. (2017, juli). *pengaruh kualitas produk dan libelisasi harga terhadap tingkat kepercayaan konsumen (studi kasus di alfamidi bau masepe parepare)*. Diambil kembali dari <http://repository.stainparepare.ac.id/257/1/13.2200.065.pdf>
- Kasmir, S. (2018). *Customer services excellent*. depok: pt.rajagrafindo persada.
- Maulana, a. s. (2016). pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pt.toi. *manajement tools* , 7, 114-115.
- Nst, A. P., Sebayang, S., & Nst, D. A. D. (2021). *Enhance Successful Identification of E-Government Management in Realizing Good Government Governance in the Government of the City Of Binjai*. Budapest

*International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(3), 5120-5133.

- Panjaitan, J. E. (2016, september). *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jne cabang bandung*. Diambil kembali dari <http://file:///C:/Users/hp/Downloads/197-741-1-PB.pdf>
- Parasuraman, & Tjiptono, F. (2019). *Service, quality & customer satisfaction*. yogyakarta: andi offset.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, N. R. (2018). [file:///C:/Users/hp/Downloads/21224-43227-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/21224-43227-1-SM%20(1).pdf). *ekonomi dan bisnis manajemen* , 6 (4), 3068-3077.
- Rahman, A. (2019). pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Pt. Yudha swalayan jakarta. 4 (2), 263.
- Rusiadi. (2015). *Metode penelitian manajemn,akutansi dan ekonomi pembangunan*. medan: ade novalina, SE,M.Si.
- Rusiadi. (2015). *metode penelitian-manajemen,akutansi dan ekonomi pembangunan konsep, kasus dan aplikasi SPSS, eviews, amos, lisrel*. medan: ade novalina, SE,M.Si.
- Rangkuty, D. M., Pane, S. G., Rianto, H., & Jannah, M. (2021). Peningkatan Pemahaman Masyarakat Kelompok Nelayan Desa Pahlawan Tentang Konsep Dasar Perdagangan Internasional. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(1), 139-144.
- Rianto, H., & Olivia, H. (2020). Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(2), 291-299.
- Sari, P. T., & Rohman, A. (2015). persepsi mahasiswa atas pengaruh teknologi informasi terhadap kualitas informasi akuntansi dengan etika pengguna guna sebagai variabel moderasi. *ekonomi dan bisnis* , 4 (2), 4.
- Sudarnice. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Alfamidi Lolaka. 9 (2), 291.
- Surni, & Sulaiman. (2019). pengaruh kualitas pelayanan dan harga yaang di mediasi oleh kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan swalayan sena rebung. *ilmiah mahasiswa ekonomi manajemen* , 4 (2), 196.
- Sebayang, S. A. (2018). Analisis structural equation modelling (sem) terhadap alih fungsi lahan pertanian dan kesejahteraan ekonomi masyarakat. *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(2), 169-184.



Tjiptono, F. (2019). *Service, quality & customer satisfaction*. yogyakarta: Andi offset. Tjiptono, F. (2019). *Service, quality&customer satisfaction*. yogyakarta: andi offset. Tjiptono, F. (2019). *Service,quality& customer satisfaction*. yogyakarta: Andi offset.

Wahyuni, R. (2019). prosedur pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada indomaret tugu cimanggis. *manajemnt* , 1 (1), 18.

Zamroni, A. (2016). pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pepsodent pada konsumen indomaret plus di jalam M.yamin samarinda. *ilmu sosial dan ilmu politik* , 4 (4), 971.