

**SKRIPSI**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO OLEH-OLEH JINGGA  
KHAS RIAU - PEKANBARU**

*Diajukan Guna Melengkapi Syarat dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Riau*



**OLEH :**

**MAHESA  
NPM : 175210738**

**DOSEN PEMBIMBING :  
Hj. Susie Suryani, SE., MM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2022**



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan  
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Mahesa  
NPM : 175210738  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO OLEH-OLEH JINGGA  
KHAS RIAU - PEKANBARU

Disahkan Oleh:  
Pembimbing

Hj. Susie Suryani, SE., MM

Diketahui :

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



11/8/22 Dekan

(Dr. Eva Sundari, SE.,MM, CRBC)

Ketua Program Studi

(Abd.Razak Jer, SE.,M.Si)



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Alamat: Jalan Kaharudin Nasution No.113 Perhentian Marpoyan Damai  
Telp. (0761) 674674 Fax. (0761) 674834 Pekanbaru -28284

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap mahasiswa:

Nama : Mahesa  
Npm : 175210738  
Program Studi : Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh-Oleh Jingga Khas Riau - Pekanbaru  
Pembimbing : Hj. Susie Suryani, SE., MM  
Dengan perincian sebagai berikut:

No	Tanggal	Catatan	Paraf
1	03/12/2021	- Perbaikan Permasalahan penelitian - Data Penelitian - Penelitian Terdahulu - Kerangka Teori - Hipotesis	
2	10/12/2021	- ACC Seminar Proposal	
3	08/03/2022	- ACC Kuisisioner	
4	06/04/2022	- Judul Di Perbaiki Sedikit - Abstrak Ditambah	
5	21/05/2022	Bab I - V ok	

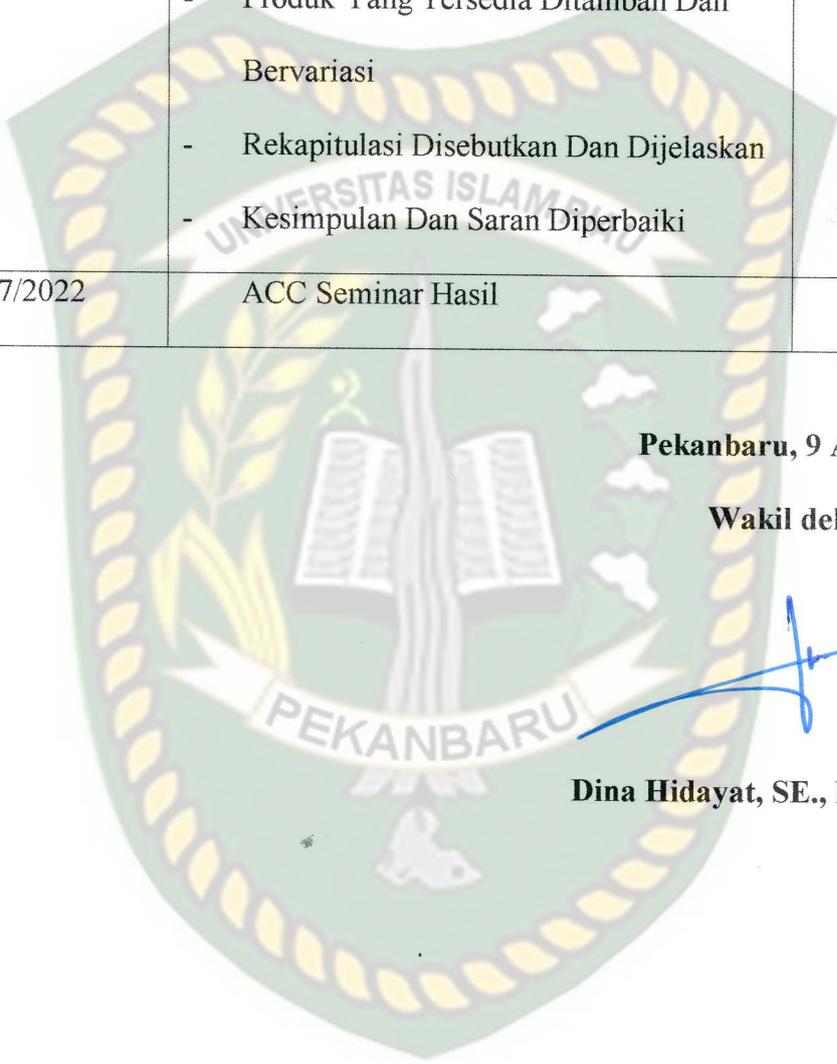
6	02/07/2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kata Kunci Ditambah</li><li>- Operasional Variabel Diperbaiki</li><li>- Identitas Responden Diganti</li><li>- Tabel Responden Diperbaiki</li><li>- Produk Yang Tersedia Ditambah Dan Bervariasi</li><li>- Rekapitulasi Disebutkan Dan Dijelaskan</li><li>- Kesimpulan Dan Saran Diperbaiki</li></ul>	
7	07/07/2022	ACC Seminar Hasil	

Pekanbaru, 9 Agustus 2022

Wakil dekan I



Dina Hidayat, SE., MSi.AK.,CA



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647**

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 797/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 02 Agustus 2022, Maka pada Hari Rabu 03 Agustus 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2022/2023.

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. Nama                 | : Mahesa   |
| 2. NPM                  | : 175210738  |
| 3. Program Studi        | : Manajemen S1   |
| 4. Judul skripsi        | : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh – Oleh Jingga Khas Riau – Pekanbaru. |
| 5. Tanggal ujian        | : 03 Agustus 2022  |
| 6. Waktu ujian          | : 60 menit.  |
| 7. Tempat ujian         | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR                        |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : <b>Lulus (B+) 81,5</b>   |
| 9. Keterangan lain      | : Aman dan lancar.   |

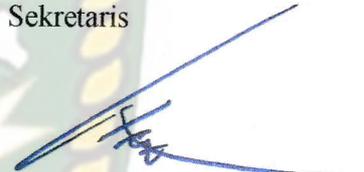
PANITIA UJIAN

Ketua



**Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA**  
Wakil Dekan Bidang Akademis

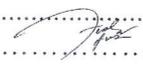
Sekretaris



**Abd. Razak Jer, SE., M.Si**  
Ketua Prodi Manajemen

Dosen penguji :

1. Hj. Susie Suryani, SE., MM
2. Awliya Afwa, SE., MM
3. Devi Kurniawati, SP., MM

()  
()  
()

Notulen

1. Rahmat Setiawan. SE., M.B.A

(.....)

Pekanbaru, 03 Agustus 2022

Mengetahui  
Dekan,



**Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA**  
Kuasa No : 510/A-UIR/5-FEB/2022

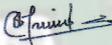
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647

**BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI**

Nama : Mahesa  
NPM : 175210738  
Jurusan : Manajemen / S1  
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh – Oleh Jingga Khas Riau – Pekanbaru.  
Hari/Tanggal : Rabu 03 Agustus 2022  
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Awliya Afwa, SE., MM		
2	Devi Kurniawati, SP., MM		

Hasil Seminar : \*)

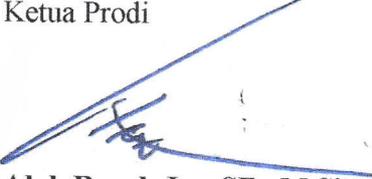
1. Lulus ( Total Nilai )
2. Lulus dengan perbaikan ( Total Nilai 81 )
3. Tidak Lulus ( Total Nilai )

Mengetahui  
An.Dekan

  
**Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA**  
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 03 Agustus 2022  
Ketua Prodi

  
**Abd. Razak Jer, SE., M.Si**

\*) Coret yang tidak perlu

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647**

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL**

Nama : Mahesa  
NPM : 175210738  
Judul Proposal : Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Oleh – Oleh Jingga.  
Pembimbing : 1. Hj. Susie Suryani, SE., MM  
Hari/Tanggal Seminar : Rabu 05 Januari 2022

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :

1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan \*)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali \*)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki \*)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki \*)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas \*)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang \*)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas \*)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas \*)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas \*)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas \*)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas \*)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian \*)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat \*)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali \*)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Ketua	1. 
2.	Awliya Afwa, SE., MM	Anggota	2. 
3.	Devi Kurniawati, SP., MM	Anggota	3. 

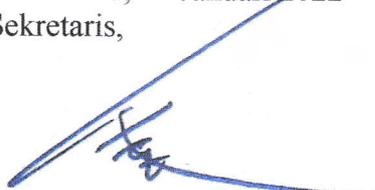
\*Coret yang tidak perlu

Mengetahui .  
A.n. Dekan Bidang Akademis

  
Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA



Pekanbaru, 05 Januari 2022  
Sekretaris,

  
Abd. Razak Jer, SE., M.Si

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
Nomor : 797 / Kpts/FE-UIR/2022  
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

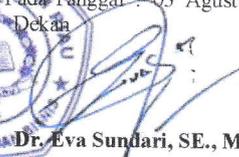
- Menimbang : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilak sanakan ujian skripsi /oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.
- Mengingat : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK. Pimpinan YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
- a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangun
- b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
- c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
- d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:
- N a m a : Mahesa
- N P M : 175210738
- Program Studi : Manajemen S1
- Judul skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh – Oleh Jingga Khas Riau – Pekanbaru.
2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Sistematika	Sekretaris
3	Devi Kurniawati, SE., MM	Asisten Ahli C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Rahmat Setiawan, SE., M.B.A	Non Fungsional C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
- Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 03 Agustus 2022  
Dekan  
  
**Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC**

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**Nomor: 254/Kpts/FE-UIR/2022**  
**TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1**  
**DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- Membaca : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 2022-03-10 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang : Bahwa dalam membantu Mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga mendapat hasil yang baik, perlu ditunjuk dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa tersebut
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional  
 2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi  
 3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi  
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018  
 5. SK. Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. A/YLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021  
 6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.  
 7. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau  
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan : 1. Mengangkat Saudara yang tersebut namanya dibawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu :

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Hj. Susie Suryani, SE., MM.	Lektor	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :
- N a m a : Mahesa  
 N P M : 175210738  
 Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen  
 Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau - Pekanbaru
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.
- Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di: Pekanbaru  
 Pau. Tanggal: 14 Maret 2022  
 Dekan



Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi
2. Arsip File : SK.Dekan Kml Haj



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email : fekon@uir.ac.id Website : www.ac.uir.id

## SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

**NAMA** : MAHESA  
**NPM** : 175210738  
**JUDUL SKRIPSI** : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO OLEH-OLEH JINGGA KHAS RIAU - PEKANBARU  
**PEMBIMBING** : SUSIE SURYANI, SE., MM

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 18% pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 08 Juli 2022

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MAHESA  
Tempat Tanggal Lahir : Pekanbaru, 12 Mei 1999  
NPM : 175210738  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh-Oleh  
Jingga Khas Riau - Pekanbaru

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar dan murni dari hasil saya sendiri, bukan merupakan hasil karya orang lain dan sistematika penulisan sudah mengikuti kaidah dan karya tulis ilmiah Universitas Islam Riau, Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut baik di sengaja atau tidak di sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian saya terbukti melakukan plagiat saya bersedia menerima konsekuensi dari pihak fakultas maupun pihak universitas.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia di tuntutan atau di hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pekanbaru, 12 Agustus 2022

Yang memberi pernyataan



NPM : 175210738

**ABSTRAK**  
**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO OLEH-OLEH JINGGA KHAS RIAU PEKANBARU, RIAU.**

Oleh :

**Mahesa**

**175210738**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen Pada toko oleh-oleh Jingga Khas Riau , teknik analisis data yang di gunkan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reabilitas. Penelitian ini di bantu dengan program SPSS versi 22.0. Pengambilam Sampel yang berjumlah 50 orang responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan menggunakan *Purposive sampling* berdasarkan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, sampel yang di ambil adalah para konsumen toko oleh-oleh Jingga Khas Riau. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di toko oleh-oleh Jingga Khas Riau sudah berjalan dengan baik.

Kata Kunci : Kepuasan konsumen, Harga, Oleh-oleh Jingga Khas Riau.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION AT RIAU'S SPECIAL JINGGA SHOP, PEKANBARU, RIAU**

*Oleh :*

**Maheza**

**175210738**

*The purpose of this study was to determine and analyze consumer satisfaction at the souvenir shop Jingga Khas Riau, the data analysis techniques used in this study were validity and reliability tests. This research was assisted by the SPSS version 22.0 program. Taking samples of 50 respondents using non-probability sampling techniques and using purposive sampling based on sampling techniques with certain considerations, the samples taken were the consumers of the Orange Typical Riau gift shop. The results of this study indicate that consumer satisfaction at the Orange Typical Riau gift shop has been going well.*

**Keyword : Consumer Satisfaction, Price, Orange Souvenirs Typical of Riau.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt, atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul “**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO OLEH-OLEH JINGGA KHAS RIAU - PEKANBARU**”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi syarat untuk gelar sarjana pendidikan Manajemen pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan, karena keterbatasan waktu, pengetahuan dan keterampilan yang penulis miliki. Namun berkat bimbingan, petunjuk dan bantuan serta arahan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat penulis selesaikan. Maka dari itu penulis dengan tangan terbuka dan hati yang lapang menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan untuk masa depan.

Sehubungan dengan itu dengan rasa hormat penulis ucapkan beribu banyak terimakasih kepada:

1. Teristimewa untuk Kedua Orang Tua saya Bapak Naharuddin, Ibunda Netti Irawati dan Untuk Saudara saya Kakak Afti Vandika, Adik Saya Nadilla Salsabila yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun material serta doa yang tulus demi kelancaran skripsi ini.
2. Ibu Dr. Eva Sundari, S.E., M.M., C.R.B.C Selaku Dekan Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si Selaku ketua program Menejemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
4. Bapak Awliya Afwa, SE., MM Selaku Sekretaris program menejemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
5. Hj. Susie Suryani, S.E ., MM selaku pembibing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukan untuk menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak Ridho Anggi Hidayat Pemilik Toko oleh-oleh Jingga Khas Riau, Pekanbaru yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan pengetahuan yang peneliti butuhkan.
7. Kepada Teman-teman saya Andika Saputra, S.E , Muhamad Jordan Saputra, S.P Miftah Husniyah dan semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pekanbaru, Maret 2022

Penulis

**Mahesa**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Kepuasan Konsumen .....	7
2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	7
2.1.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	8
2.1.3. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen .....	9
2.1.4. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen .....	9
2.1.5. Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	11
2.2. Produk Quality (kualitas produk).....	11
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk .....	11
2.2.2. Dimensi Kualitas Produk : .....	12
2.3. Penelitian Terdahulu .....	18
2.4. Kerangka Pemikiran .....	21
2.5. Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1. Lokasi Penelitian .....	23
3.2. Operasional Variabel .....	23

3.3.	Populasi dan Sampel.....	24
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6.	Teknik Analisis Data .....	26

**BAB IV HASIL PENELITIAN.....28**

4.1.	Gambaran Umum Objek Perusahaan.....	37
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan .....	28
4.1.2.	Struktur organisasi.....	29
4.1.3.	Tugas Dan Wewenang Pada Toko Oleh-oleh Jingga .....	31
4.2.	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	45
4.2.1.	Identifikasi Responden .....	35
4.2.1.1.	Identifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.2.1.2.	Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
4.2.1.3.	Identitas Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
4.2.2.	Uji Validitas dan Realibilitas .....	39
4.2.2.1	Uji Validitas.....	39
4.2.2.2.	Uji Realibilitas .....	40
4.2.3.	Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen .....	40
4.2.3.1.	Kualitas Produk .....	41
4.2.3.2.	Harga .....	46
4.2.3.3.	Kualitas Pelayanan.....	52
4.2.3.4.	Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan .....	57
4.2.4.	Pembahasan.....	59

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 61**

5.1.	Kesimpulan.....	61
5.2.	Saran.....	62

**DAFTAR PUSTAKA.....63**

**Lampiran Kuesioner : .....65**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Jumlah Karyawan pada Oleh-oleh Jingga Khas Riau.....	12
Tabel 1.2 : Data Penjualan Perbulan Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau Dari Januari – Desember 2020.....	13
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1. : Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 : Identitas Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.2 : Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3 : Identitas Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 4.5 : Hasil Reabilitas Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4.6 : Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan semua produk dalam keadaan bagus dan steril.....	53
Tabel 4.7 : Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga lengkap.....	55
Tabel 4.8 : Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan produk dalam jumlah yang banyak.....	56
Tabel 4.9 : Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga memiliki daya tahan yang baik.....	57
Tabel 4.10 : Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan harga yang terjangkau untuk konsumen.....	59
Tabel 4.11 : harga produk di Toko Oleh-oleh Jingga telah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan.....	60
Tabel 4.12 : harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga lebih rendah dengan toko lainnya.....	61
Tabel 4.13 : harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen.....	63
Tabel 4.14 : Kebersihan produk dan tempat di Toko Oleh-oleh Jingga sangat baik.....	64
Tabel 4.15 : Toko Oleh-oleh Jingga sangat baik.....	65
Tabel 4.16 : karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen.....	66
Tabel 4.17 : karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen.....	67

Tabel 4.18 : Toko Oleh-oleh Jingga menjamin keamanan dalam transaksi  
berbelanja.....68

Tabel 4.19 Rekapitulasi Tanggapan Responden.....70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. : Kerangka Berpikir.....30

Gambar 4.1. : Struktur Organisasi.....41



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Belakangan ini dunia usaha berkembang dengan cepat. Ditandai dengan semakin banyak munculnya perusahaan-perusahaan, serta ide-ide untuk pengembangan suatu usaha itu sendiri, seperti mengadakan promo dan ingin meningkatkan laba agar usaha yang di kehendaknya terus berkembang serta menjadikan kepuasan tersendiri bagi konsumen yang hendak berbelanja

Perkembangan Kota Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau menimbulkan dampak pada perubahan pusat kegiatan bisnis. Perubahan yang paling jelas terlihat adalah timbulnya berbagai bisnis yang semakin banyak. Maka hal ini sangat mendorong investor untuk menginvestasi pada bisnis yang ada, dengan demikian banyaknya orang yang berkunjung membuat usaha-usaha di bidang kuliner khususnya kuliner oleh-oleh khas riau menjadi meningkat.

Dengan meningkatnya usaha kuliner yang semakin pesat, maka semakin pesat juga timbulnya usaha-usaha kuliner yang ada di pekanbaru, dengan demikian meningkat juga persaingan di usaha kuliner tersebut. Selain timbulnya persaingan yang tinggi, pola pikir dan perilaku masyarakat juga mengalami kemajuan. Perkembangan pola pikir tersebut, misalnya masyarakat lebih cenderung dengan menilai kualitas produk, harga, atau pun pelayanan yang diberikan oleh customer service yang ada pada toko oleh-oleh tersebut. Maka dari itu sangat penting pada toko tersebut dalam memperhatikan keinginan konsumen sehingga konsumen tersebut memiliki kepuasan dalam berbelanja.

Pada penelitian ini melihat seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan dalam memperhatikan kualitas produk yang mana kualitas produk tersebut merupakan hal yang

penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang baik mengenai kualitasnya karena konsumen akan mengutamakan kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas terbaik dibandingkan dengan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing dan merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi di pasar global.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada toko oleh-oleh jingga khas riau, dalam penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen dapat dilihat dari tingkat kualitas produk, harga, dan pelayanan. Dengan demikian apabila tiga hal tersebut terpenuhi maka konsumen tersebut akan merasa puas dan loyal terhadap produk dan berbelanja di toko tersebut.

Toko oleh-oleh jingga khas riau sudah berdiri sejak tahun 2018 yang terletak di Jl.kaharuddin nasution no.26 simpang tiga di depan kantor camat bukit raya. Pemilik toko ini bernama Bapak Ridho Anggi Hidayat, Karyawan pada toko ini berjumlah 5 orang, toko ini menjual berupa oleh-oleh yang mana sebagai kebutuhan konsumen dalam sehari-hari. Toko oleh-oleh ini buka dari pukul 08.00 – 23.00 WIB, dari pengamatan peneliti toko ini lebih banyak dikunjungi konsumen pada pagi sampai sore harinya.

Berikut Data Jumlah Karyawan pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau, Pekanbaru :

**Tabel 1.1.**

**Data Jumlah Karyawan pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas**

<b>No</b>	<b>Bidang</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>
1	Direktur	1
2	Kasir	2
3	Karyawan Gudang	2
4	Marketing	1
<b>Jumlah Karyawan</b>		<b>6</b>

Sumber : Data Toko Oleh-oleh Jingga Khas

Berdasarkan jumlah data karyawan di atas dapat di lihat bahwa pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau mempunyai 6 karyawan yaitu terdiri dari 1 karyawan sebagai Direktur, kemudian 2 karyawan Sebagai Kasir, 2 karyawan sebagai Karyawan Gudang dan 1 karyawan sebagai Marketing.

Setiap harinya toko ini banyak dikunjungi konsumen dikarenakan selain harga yang murah dan terjangkau produk yang dijual lengkap dan sangat sesuai dengan kebutuhan sehari-hari konsumen. Produk yang berkualitas dan harga sangat erat hubungannya dengan kepuasan konsumen, kepuasan konsumen merupakan hasil yang ditawarkan dari toko oleh-oleh yang menimbulkan suatu penilaian tersendiri dari konsumen yang dapat merasakan hasil dari jasa yang kita berikan. Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2008:139) adalah perasaan yang senang dan kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

**Tabel 1.2**

**Data Penjualan Perbulan Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau Dari Januari – Desember 2020**

No	Bulan	Penjualan (Rupiah)
1	Januari	145.000.000
2	Februari	170.000.000
3	Maret	175.000.000
4	April	160.000.000
5	Mei	157.000.000
6	Juni	174.000.000
7	Juli	159.000.000
8	Agustus	171.000.000
9	September	183.000.000
10	Oktober	142.000.000

11	November	165.000.000
12	Desember	186.000.000

**Sumber data : Toko Oleh-oleh Jingga khas Riau**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko pendapatan perbulan yang dihasilkan oleh toko oleh-oleh jingga khas riau adalah pada tabel di atas terjadi ketidakstabilan pendapatan setiap bulannya, namun itu hanya pendapatan pada hasil oleh-oleh nya saja.

Menurut pemilik toko kemungkinan terjadi ketidakstabilan dikarenakan naiknya harga oleh-oleh pada awal tahun 2020, untuk mempertahankan harga jual yang dapat terjangkau oleh konsumen pemilik toko berinisiatif melakukan promosi agar konsumen tidak beralih ke toko lain dan pemilik toko meninjau kembali mengenai pelayanan, kualitas produk, dan harga untuk mengetahui ketidakstabilan pendapatan pada tahun 2020.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang analisis kepuasan konsumen pada toko oleh-oleh jingga, sehingga dapat dijadikan dasar pemikiran dalam melakukan upaya untuk meningkatkannya, maka penulis bermaksud melaksanakan penelitian dan kemudian mendeskripsikannya dalam bentuk penulisan penelitian dengan judul :**“Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau – Pekanbaru”**.

**1.2. Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimanakah Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau Pekanbaru ?”**.

**1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui dan menganalisis tentang Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau Pekanbaru.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Peneliti, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti mengenai kepuasan konsumen berdampak pada Penjualan Usaha Kuliner.
2. Bagi Pemilik Toko, Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan informasi untuk mengetahui hal-hal yang menyebabkan ketidakstabilan penjualan dan optimalisasi untuk kepuasan konsumen.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang proses Pemasaran. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

#### 1.5. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis akan menguraikan atau menjabarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

##### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab ini di jelaskan teori-teori yang relavan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian

##### **BAB 111 : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang metode apa yang digunakan dalam penelitian ini, dimana lokasi atau objek penelitian,

operasionalisasi variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta analisis data.

#### **BAB 1V : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini akan di deskripsikan mengenai sejarah toko oleh-oleh jingga, visi dan misi toko oleh-oleh jingga, struktur pada toko oleh-oleh jingga serta tugas dan wewenang masing-masing jabatan.

#### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan di jelaskan hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai analisis kepuasan konsumen pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau.

#### **BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini merupakan bab terakhir dari hasil penelitian ini yang berisi kesimpulan dan saran penulis. Saran yang di berikan oleh penulis sebagai bahan masukan mengenai kepuasan konsumen pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1. Kepuasan Konsumen

##### 2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*statis*” (artinya cukup baik dan memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Konsumen adalah tujuan akhir dari pemasaran barang dan jasa dapat dinyatakan berkualitas atau tidak. Kepuasan merupakan konsep sentral yang akan menentukan suatu barang atau jasa dapat diterima atau tidak dalam pasar, kepuasan konsumen sangat dibutuhkan demi kemajuan perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja(hasil)produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller,2017:196). Ketika konsumen merasakan ketidakpuasan, konsumen kemungkinan tidak akan menggunakan produk tersebut. Konsumen akan cenderung untuk mencari produk lain yang konsumen anggap akan menerima tingkat kepuasan yang di harapkan. Atau dengan kata lain jika tingkat kepuasan yang dirasakan rendah, maka akan mempengaruhi niat untuk berpindah. Sedangkan untuk konsumen yang puas, akan cenderung untuk lebih sering memakai produk dari perusahaan tersebut, maka akan mempengaruhi niat untuk membeli ulang dan menjadi pelanggan yang loyal.

## 2.1.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ini dapat diukur, apakah konsumen merasa puas atau tidak puas. Menurut Kotler (2009:429) ada empat metode yang banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan konsumen yaitu :

### 1) Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.

### 2) Ghost shopping

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (ghost shoppe) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

### 3) Lost customer analysis

Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan dapat melakukan tindakan perbaikan selanjutnya.

### 4) Survey kepuasan konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

### 2.1.3. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Kotler (dalam Harun, 2013) mengemukakan pendapat tentang aspek-aspek kepuasan konsumen yaitu :

- 1) Expectation (harapan) Sesuatu yang mempengaruhi kepuasan konsumen dimulai dari tahap sebelum membeli produk, yaitu: ketika konsumen mengembangkan harapan tentang apa yang akan diterima dari produk setelah membeli.
- 2) Performance (kinerja) Selama melakukan kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.
- 3) Comparison (kesesuaian) Setelah mengkonsumsi produk, terjadi adanya harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja dibandingkan oleh konsumen.
- 4) Confirmation/ disconfirmation (penegasan) Penegasan dari keinginan konsumen, apakah keinginan sebelum membeli dengan persepsi pembelian sama atau tidak.
- 5) Discrepancy (ketidak-sesuaian) Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidaksamaan menentukan perbedaan satu sama lain.

### 2.1.4. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen

Pelanggan merasa puas jika harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapannya terlampaui. Menurut Irawan (2009) ada lima faktor-faktor utama kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak konsumen.

2) Kualitas pelayan

Kualitas pelayanan dibidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang di keluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.

5) Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. tingkat kepuasan pelanggannya, antara lain adalah :

- a) Terjalin relasi hubungan jangka panjang antara perusahaan dan para pelanggan.
- b) Terbentuk peluang.
- c) Terciptanya loyalitas pelanggan.
- d) Terjadinya rekomendasi dan mulut ke mulut yang positif, berpotensi menarik pelanggan baru dan menguntungkan bagi perusahaan.
- e) Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan semakin positif dimata pelanggan.
- f) Laba yang di peroleh perusahaan akan meningkat.

#### **2.1.5. Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2012:310-311), kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat.

### **2.2. Produk Quality (kualitas produk)**

#### **2.2.1. Pengertian Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, dan kemudahan dalam penggunaan.

Untuk mencapai kualitas produk yang sesuai keinginan maka di perlukan suatu kualitas yang baik sesuai dengan harapan konsumen. Tujuannya untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah di tetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan, pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produk akan menurun.

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik. Dalam kualitas produk jika lebih rendah dari harapan konsumen, konsumen akan merasa tidak puas. Namun apabila kualitas lebih tinggi sama dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing. Kemampuan dari kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan. Konsumen senantiasa melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan produk menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian pada produk tersebut. Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern. Bisnis eceran modern atau bisa disebut pedagang eceran semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

### **2.2.2. Dimensi Kualitas Produk :**

#### **1. Performance (kinerja)**

Merupakan dimensi kualitas yang berkaitan dengan karakteristik utama suatu produk. contohnya adalah televisi, kinerja utama yang kita kehendaki adalah kualitas gambar yang dapat kita tonton dan kualitas suara yang dapat di dengar dengan jelas dan baik.

#### **2. Features (fitur)**

Merupakan karakteristik pendukung atau pelengkap dari karakteristik utama suatu produk misalnya pada produk kendaraan roda empat (mobil) fitur-fitur pendukung yang diharapkan konsumen adalah seperti dvd/ cd.

3. Reliability (kehandalan)

Merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemungkinan sebuah produk dapat bekerja secara memuaskan pada waktu dan kondisi tertentu.

4. Conformance (kesesuaian)

Merupakan kesesuaian kinerja dan kualitas produk dengan standar yang diinginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar atau spesifikasi yang telah ditentukan.

5. Durability (ketahanan)

Durability ini berkaitan dengan ketahanan suatu produk hingga terus diganti. Durability ini biasanya diukur dengan umur atau waktu daya tahan suatu produk.

6. Serviceability

Merupakan kemudahan layanan atau perbaikan jika dibutuhkan. Hal ini sering dikaitkan dengan layanan purna jual yang disediakan oleh produsen seperti ketersediaan suku cadang dan kemudahan perbaikan jika terjadi kerusakan serta adanya pusat pelayanan perbaikan yang mudah dicapai oleh konsumen.

7. Aesthetics (keindahan)

Merupakan dimensi kualitas yang berkaitan dengan tampilan, bunyi, rasa, maupun bau suatu produk, contohnya bentuk tampilan suatu ponsel yang ingin dibeli serta suara merdu musik yang dihasilkan oleh ponsel tersebut.

## 8. Perceived Quality (kesan kualitas)

Merupakan kesan kualitas suatu produk yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi kualitas ini berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap kualitas sebuah produk ataupun merek.

### 2.2.3. Price (harga)

Harga adalah sejumlah uang yang di tagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau kegunaan produk. Kotler menyatakan bahwa yang dimaksud dengan harga adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh produk untuk dibayar oleh konsumen atau pelanggan untuk menutupi biaya produksi, distribusi dan penjualan pokok termasuk pengembalian yang menandai atas usahadan resikonya.

Konsumen sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua produk karena mereka melihat adanya perbedaan. Apabila harga lebih tinggi, konsumen cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Konsumen sering pula menggunakan harga sebagai kriteria utama dalam menentukan nilainya.

Penetapan harga harus dipertimbangkan, agar harga produk menimbulkan konsumen maka penetapan harga harus sesuai atau memadai dengan tolak ukur konsumen dengan kata lain bahwa harga ditetapkan tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah sesuai dengan kualitas produk serta pemberian diskon oleh perusahaan sesekali juga perlu mendapat perhatian agar dapat menarik perhatian konsumen.

Menurut Kotler (2008:58) indikator-indikator harga antara lain :

#### 1. Keterjangkauan harga

2. Kesesuaian harga dan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Penetapan harga haruslah sesuai atau memadai dan sesuai dengan kualitas produk, pengecer harus menetapkan harga yang tepat, sehingga konsumen tidak merasa kecewa dan bahkan merasa puas dengan apa yang di perolehnya setelah berbelanja .

Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. Faktor – faktor yang mempengaruhi penetapan harga:

1. Memperkirakan permintaan produk

memperkirakan permintaan yaitu memperkirakan berapa besarnya harga yang diharapkan dan memperkirakan penjualan dengan harga yang berbeda.

2. Reaksi pesaing

Reaksi pesaing merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penciptaan harga terutama sekali ancaman pesaing potensial. Bauran pemasaran lainnya berupa produk, saluran distribusi, dan promosi.

#### **2.2.4. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan

persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka terima terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Pada umumnya pelayanan yang memuaskan (baik) akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering, sehingga akan memberikan keuntungan pada perusahaan.

Kualitas pelayanan menurut Kotler (2006), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

1. Cara mengukur kualitas pelayanan
  - a. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan
  - b. Melakukan evaluasi perusahaan
  - c. Memperbaiki pelayanan perusahaan
2. Dimensi kualitas pelayanan
  - a. Tangibility (kewujudan), yaitu suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan akurat dan terpercaya.
  - b. Empathy (empati), yaitu memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami konsumen
  - c. Responsiveness (daya tanggap), yaitu suatu kebijaksanaan untuk memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan
  - d. Reliability (kehandalan), yaitu suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
  - e. Assurance (jaminan), yaitu pengetahuan dan keramahan serta kemampuan

melaksanakan tugas secara spontan yang menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.



Dokumen ini adalah Arsip Miitik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## 2.3. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil penelitian
1	Hendang Setyo Rukmi, Dwi Novirani, Arinal Hada (2017)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Toko Oleh-oleh.	Untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan toko oleh-oleh khas kota Bandung	Importance performance analysis dan compare mean analysis.	Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Toko “Kabita” secara keseluruhan lebih rendah sekitar 4,6% dibandingkan dengan Toko “Pantai Timur”. Atribut-atribut yang harus diperbaiki oleh Toko “Kabita” adalah atribut kejelasan harga barang yang dijual, penampilan karyawan, dan atribut daya tarik sarana promosi karena berada di kuadran 1 dan dinilai memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah dibandingkan dengan Toko “Pantai Timur”.
2	Jon Alpredo Malau, Nyoman Parining,	Analisis Kepuasan Konsumen Kacang Balado Cap	Untuk mengetahui kepuasan konsumen kacang	Importance performance matrix dan CSI	Hasil penelitian menggunakan Importance Performance Matrix dan CSI menunjukkan

	A.A.A. Wulandira Sawitri Djelantik (2021)	Burung Cendrawasih UD.Monang di Pusat Oleh-oleh Khas Bali Hawaii	balado cap burung cendrawasih UD. Monang dipusat oleh-oleh khas bali hawaii.		bahwa kepuasan konsumen adalah dikategorikan baik, dengan skor 0,6965 atau 69,65%. Nilai CSI balado-produk kacang rasa dengan merek dagang Burung Cendrawasih berada di jajaran sebesar 0,61 – 0,80 yang berarti indeks kepuasan memenuhi kriteria kepuasan, □ namun tetap membutuhkan peningkatan kinerja agar menjadi kriteria bagi konsumen indeks kepuasan produk menjadi sangat puas mencapai 100%, atau 1,0, sedangkan berdasarkan matriks kinerja kepentingan atribut penilaian dibagi menjadi empat kuadran.
3	Bella Nur Saffarah (2021)	Pengaruh Store Image Terhadap Store Satisfaction dan Store Loyalty Pada Toko Oleh-oleh Bje Kota Semarang	Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui deksripsi variabel store image, store satisfaction dan store loyalty pada konsumen BJE, menganalisis pengaruh store image	Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM PLS menggunakan bantuan perangkat lunak WarPLS 7.0 untuk mengolah data yang terhimpun	Penelitian ini memiliki hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel store image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap store satisfaction dan store loyalty, serta store satisfaction memiliki pengaruh positif signifikan terhadap store loyalty ditunjukkan dengan nilai koefisien jalur

			terhadap store satisfaction pada konsumen BJE dan menganalisis pengaruh store satisfaction terhadap store loyalty pada konsumen BJE.	dari kuisisioner yang disebarakan secara daring.	sebesar 0.72, 0.526 dan 0.223 serta nilai p-value sebesar $\leq$ 0.05.
4	Virekha Yolanda, Suyono, Irene Kartika Eka Wijayanti (2020)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Keripik Salak UMKM Salak Cristal Di Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta	Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepuasan terhadap produk keripik salak pada UMKM salak cristal kecamatan turi, kabupaten sleman, yogyakarta.	Metode penelitian yang digunakan adalah survei, dan metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode non-probability sampling dengan teknik accidental sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Nilai tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk keripik salak UMKM Salak Cristal yaitu berada pada kriteria puas, 2) Strategi yang dapat diterapkan yaitu memperbaiki beberapa atribut yang harus ditingkatkan yaitu variasi rasa, penjualan online, promosi online, lokasi toko, seragam karyawan, kerapihan karyawan, proses pembayaran, display sesuai jumlah produk, dan label harga produk
5	Elvi Yuli	Pengaruh Kualitas	Penelitian ini bertujuan	Teknik pengambila	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini

	Ariski	Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Lawang Agung Malang Pusat Kurma dan Pusat Oleh-oleh Haji/Umroh	untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan secara simultan atau parsial.	n sampel dalam penelitian ini adalah dengan cara sensus, kemudian menggunakan teknik pengujian data seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda serta pengujian hipotesis.	adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan secara simultan kualitas layanan, kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
--	--------	--	--	--	--

Sumber : Olahan data 2022

#### 2.4. Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Data Olahan 2020

## 2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah. Tujuan penelitian, dan teori yang digunakan, maka dibuat hipotesis sebagai berikut: **“Diduga Kepuasan Konsumen Berbelanja di Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau Pekanbaru Sudah Baik”**.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi Penelitian

Adapun Lokasi Penelitian beralamat di JL. Kaharudin Nasution No. 26, Kecamatan Bukit Raya; Kota Pekanbaru. Riau 28284. Penelitian ini akan berfokuskan kepada kepuasan konsumen yang berbelanja pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau – Pekanbaru.

#### 3.2. Operasional Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja(hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan.  Sumber : (Kotler dan Keller,2017:196).	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kualitas Produk</li><li>• Harga</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar</li><li>• Variasi Produk</li><li>• Ketersedian jumlah produk</li><li>• Daya tahan produk</li><li>• Keterjangkauan harga</li><li>• Kesesuaian harga dan kualitas produk</li><li>• Harga Bersaing</li><li>• Kesesuaian</li></ul>	Ordinal

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas Pelayanan</li> </ul>	<p>harga dengan manfaat produk</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebersihan lokasi toko</li> <li>• Penanganan keluhan konsumen</li> <li>• Kesopanan dan keramahan karyawan</li> <li>• Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen</li> <li>• Keamanan transaksi</li> </ul>	
--	--	--	--

Sumber : Data Olahan 2022

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2007), populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pihak yang memberikan informasi, persepsi dan pendapat masing-masing mengenai proses Pemasaran produk, yaitu orang yang berkunjung di Toko Oleh-oleh Jingga sebagai konsumen yang membeli produk di Jingga, yang sesuai dengan kriteria yang bisa di jadikan objek pada penelitian ini. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu keseluruhan orang yang membeli oleh-oleh pada toko oleh-oleh jingga dengan jumlah tak terhingga.

## **b. Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2007), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada pengambilan sampel ini menggunakan teknik purposive sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel dengan kriteria tertentu dan kuisioner. Dimana sampel yang akan dipilih tersebut merupakan seluruh pengunjung yang pernah datang dan membeli oleh-oleh pada toko oleh-oleh jingga.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2010), adalah ukuran sampel yang layak pada penelitian ini adalah yang berjumlah 30 sampai dengan 500 responden. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 50 pengunjung pada toko oleh-oleh jingga diharapkan bisa memberikan gambaran secara faktual mengenai kondisi yang sebenarnya terjadi sesuai untuk menjawab rumusan masalah yang di tetapkan.

### **3.4. Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Data Primer**

Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan yang belum diolah Dan diperoleh secara langsung dari responden toko Jingga Oleh-oleh Khas Riau Pekanbaru, yaitu berupa tanggapan konsumen terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi atau diolah perusahaan berupa data penjualan, gambaran umum perusahaan, struktur organisasi serta harga dan jenis oleh-oleh khas riau yang dijual.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

a. Wawancara, wawancara adalah metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung. Hal tersebut digunakan untuk menggali

informasi terkait dengan informasi berhubungan dengan hasil keputusan konsumen dalam membeli oleh-oleh khas riau.

- b) Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden penelitian pada konsumen toko jingga oleh-oleh khas Riau.

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Penulis dalam penelitian ini menggunakan dua macam metode analisis yaitu:

#### **1. Analisis Deskriptif**

Metode ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul kemudian di klasifikasikan, selanjutnya di rumuskan sehingga dapat gambaran yang jelas mengenai masalah yang di teliti.

#### **2. Uji kualitas Data**

##### **a. Uji Validitas**

Nilai dari  $r$  hitung masing-masing butir dari pertanyaan yang di uji dapat di lihat menggunakan SPSS (kolom Corrected Item-Total Correltion) pada pengujian variabel penelitian. Lalu diadakan perhitungan koefisien korelasi pada setiap item variabel, langkah berikutnya di lakukan perbandingan antara  $r$  hitung (kolom Corrected Item-Total Correltion) dan  $r$  tabel yaitu  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel berarti data yang di uji tersebut sudah valid. Tetapi jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari nilai  $r$  tabel maka data yang di uji tidak akan valid.

## b. Uji Reliabilitas

“Nilai reliabilitas atau r hitung dari setiap variabel yang di uji akan dapat di lihat mellai SPSS dalam setiap pengujian variabel penelitian. Untuk mengetahui apakah data yang di uji reliabel atau tidak maka di lakukan dengan membandingkan nilai reliabilitas yang di tunjukan oleh nilai Cronbac’h Alpha dengan nilai r tabel”



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Gambaran Umum Objek Perusahaan

##### 4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Usaha toko jingga oleh oleh Khas Riau ini sudah berjalan selama 2 tahun dari tahun 2018 hingga saat ini. toko jingga berdiri terinspirasi dari pekanya budaya melayu di pekanbaru khusus nya Riau, banyak pengunjung yang datang dari luar tentunya oleh-oleh khas yang di cari dari pengunjung dengan suasana budaya melayu dengan ciri khas warna patokan melayu adalah kuning, oleh karena itu toko jingga membuka toko ini dengan desain melayu dan warna toko berwarna kuning.

Pembentukan usaha ini, dengan dibukanya toko oleh oleh adalah salah satu bentuk kesadaran masyarakat bahwa Riau juga memiliki ciri khas yang di lihat dari oleh-olehnya. Usaha ini baru saja berdiri, pengusaha yang memulai kerja sama dengan pasangan dan brand nama toko Jingga ini ternyata muncul dengan cerita hubungan dari pengusaha toko dengan nama “JINGGA” jingga untuk matahari yang artinya hubungan dari pasangan pemilik ini berawal dari awan yang gelap menjadi jingga yang bersinar dan hingga sampai sekarang nama toko jingga ini cukup terkenal karena cerita dari kisah cinta yang dipersatukan oleh sebuah toko sebagai pembuktian ketulusan.

Sebelum toko jingga mencapai pencapaiannya, pemilik toko jingga ini bernazar untuk bersedekah setiap hari jumat, Dan di setiap hari jumat toko jingga memberi makanan gratis nasi bungkus di teras toko jingga, ini dilakukan setelah pencapaian omset penjualan dan pengunjung yang meningkat. “jika kita bersedekah maka rezeki kita berkembang, jangan takut untuk berbagi semakin kita berbagi semakin rezeki kita

mengalir” ujar pemilik usaha. berbagi rezeki ini sering disebut dengan tebar sedekah di hari jumat.

#### **4.1.2. Struktur organisasi**

Sebagaimana yang kita ketahui, dalam setiap perusahaan baik perusahaan besar (pabrik), perusahaan sedang (toko), maupun perusahaan kecil (home industri), semua tidak terlepas dari suatu kegiatan organisasi karena organisasi merupakan bagian yang mempengaruhi berhasil atau tidaknya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. dalam suatu organisasi tentunya terdapat suatu organisasi yang didalamnya dilihat kedudukan masing-masing individu dalam struktur organisasi merupakan gambaran sistematis mengenai hubungan dan kerja sama dan kelompok orang dalam usaha mencapai tujuan bersama, dengan adanya struktur organisasi akan diketahui tingkatan kekuasaan seseorang, wewenang dan tanggung jawab seseorang karyawan. semua kegiatan dalam perusahaan organisasi melibatkan banyak orang yang membutuhkan satu hubungan yang jelas. semakin banyak kegiatan yang dilaksanakan dalam perusahaan, maka semakin kompleks pula hubungan yang ada. oleh karena itu diperlukan suatu bagan organisasi untuk menggambarkan hubungan masing-masing bagian yang ada dan fungsi dalam suatu organisasi.

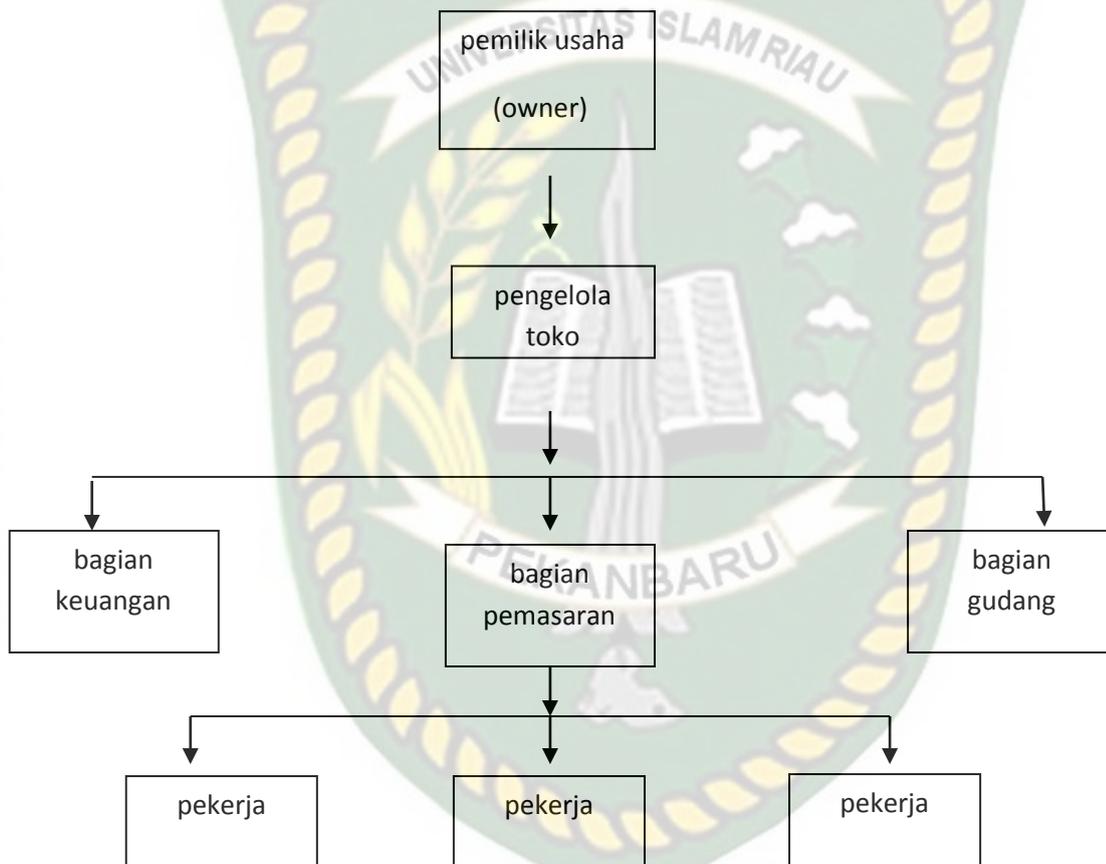
Struktur yang akan menjamin kegiatan perusahaan untuk berjalan dengan lancar sehingga tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan secara maksimal dalam struktur organisasi yang baik pimpinan serta karyawan yang terlibat akan mampu bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing dan dapat menimbulkan kerja sama terorganisasi dalam mencapai tujuan.

Demikian juga dengan toko jingga oleh-oleh khas Riau dalam menjalankan usaha menggunakan struktur organisasi berbentuk (lini) wewenang berasal dari pimpinan yang

diberikan kepada bawahan. Dalam melaksanakan tugasnya, para bawahan bertanggung jawab langsung kepada pimpinan mereka.

Adapun struktur organisasi toko jingga oleh-oleh khas Riau dapat dilihat pada skema dan gambar sebagai berikut :

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



*Sumber : Toko Jingga Oleh Oleh Khas Riau*

Berikut ini adalah uraian tugas (job description) dari masing-masing bagian berikut :

#### **4.1.3. Tugas Dan Wewenang Pada Toko Oleh-oleh Jingga**

##### **1. Pimpinan atau Pemilik Perusahaan**

- a. merupakan pimpinan tertinggi pada Toko jingga oleh oleh Riau, menerima laporan setiap aktivitas perusahaan dan bertanggung jawab terhadap seluruh kejadian dalam perusahaan serta mengambil keputusan untuk hal-hal penting.
- b. merencanakan, memimpin, mengawasi, serta mengkoordinir setiap laporan kegiatan perusahaan.
- c. merencanakan pengembangan perusahaan serta lainnya yang ada dilingkungan perusahaan yang dipimpinnya.
- d. menerima dan memberhentikan karyawan
- e. menerima seluruh laporan keuangan.

##### **2. Pengelola Toko**

- a. Melakukan briefing, memberikan motivasi kepada karyawan hingga melakukan evaluasi kerja karyawan.
- b. Menegaskan job description masing-masing karyawan sesuai dengan jabatan yang diembanya.
- c. Mengkoordinasi karyawan toko terutama kasir, untuk mengecek barang-barang yang stoknya menipis dan mendisplay barang serapi mungkin agar sedap dipandang.

- d. Melakukan pengecekan stok barang secara berkala, baik dengan sistem manual maupun melalui komputer,serta menyesuaikan barang fisik dengan barang sesuai stok komputer.
- e. Mengecek stok barang gudang
- f. Melakukan pengorderan barang-barang yang stoknya mulai menipis.
- g. Mengecek barang datang dari suplier.
- h. Mengatur barang-barang rusak atau kadarluarsa dan melampirkanya laporanya pada barang return agar bisa ditukar atau dikemblaikan kepada suplier barang tersebut.
- i. Melakukan pengecekan terhadap kondisi barang dan kebersihan minimarket secara keseluruhan, mulai dari depan, gudang, hingga kamar mandi.
- j. Memberikan contoh pelayanan yang baik kepada konsumen atau pelanggan
- k. Merencanakan kegiatan promosi.
- l. Menyusun laporan pejualan harian dan bulanan.
- m. Mengelola sdm di dalam miniamarket dengan baik.
- n. Bertanggung jawab atas pencapaian target dan pengendalian biaya operasional minimarket, meliputi listrik, biaya pembelian peralatan atau perlengkapan dan lain sebagainya.
- o. Bertanggung jawab kepada atasan atau pemilik minimarket.

### 3. Bagian Keuangan

- a. Bekerja sama dengan manajer lainnya untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.
- b. Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan se-efisien dan se-efisien mungkin dengan menjadi kerja sama dengan manajer lainnya.
- c. Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terikat dengan keputusan tersebut.
- d. Menghubungkan perusahaan dengan pasar keuangan, dimana perusahaan dapat memperoleh dana dan surat berharga perusahaan dapat diperdagangkan.
- e. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien akurat, tepat waktu. Dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku
- f. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, serta mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menjangkau kegiatan operasional perusahaan.
- g. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat.
- h. Merencanakan dan mengkoordinasikan perpajakan seluruh perusahaan untuk memastikan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan.

- i. Merencanakan, mengkoordinasi, dan mengontrol arus kas perusahaan (*cash flow*), terutama pengelolaan piutang dan utang. Sehingga hal ini dapat memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kondisi keuangan dapat tetap stabil.

#### **4. Bagian Pemasaran**

Bertugas untuk memasarkan atau mempromosikan produk kepada konsumen. Cara untuk memasarkan atau mempromosikan produk adalah dengan menjelaskan kepada konsumen yang datang ke toko, dan mempromosikan melalui internet.

#### **5. Pekerja**

1. menerima orderan konsumen dari pramuniaga
2. pekerja toko jingga sesuai dengan orderan konsumen.

#### **6. Aktivitas Usaha**

Tujuan dari perusahaan adalah untuk memperoleh laba maksimum. meningkatkan volume, penjualan, pemasaran dan meningkatkan pelayanan demi keberlangsungan hidup dari perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. adapun aktivitas yang dilakukan saat ini oleh Toko jingga oleh-oleh khas Riau yang berlokasi di Jln. khaharudin natution pekanbaru adalah melayani konsumen dan memberikan informasi yang konsumen butuhkan kemudian memberikan pesanan konsumen kepada pekerja dan selanjutnya pekerja selalu mengecek produk-produk setiap minggunya, mengecek produk mana saja yang habis dan segera memasukan produk baru dari toko jingga oleh-oleh dan mengecek dari kadarluarsa makanan apalagi oleh-oleh seperti roti gulung, talam durian, produk tanpa pengawet lebih cepat di periksa karena untuk ketahanan dari produk tersebut hanya dalam beberapa hari saja.

Dalam menjalankan Roda kegiatan perusahaan Toko jingga selalu buka pada pukul 08.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB dalam kesetiap harinya seluruh konsumen yang datang selalu diberikan pelayanan yang ramah dan penuh sopan santun.

## **4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **4.2.1. Identifikasi Responden**

Sebelum membahas hasil penelitian pada kali ini, terlebih dahulu menjelaskan identitas responden. Adapun yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen toko oleh –oleh Jingga Khas Riau. Pekanbaru yaitu yang berjumlah sebanyak 50 orang. Adapun identitas dari responden ini memiliki beberapa kriteria seperti umur, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir.

#### **4.2.1.1. Identifikasi Responden Berdasarkan Usia**

Proporsi identitas responden berdasarkan usia sangat menggambarkan tingkat pengalaman dan kedewasaan pola pikir responden, Dimana secara teoritis faktor usia akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Dalam mengambil keputusan tingkat usia akan memberikan pengaruh. Semakin tinggi usia maka keputusan yang akan di ambil akan semakin baik, karena adanya tingkat kematangan seseorang dalam berpikir.

Adapun hasil penelitian yang diperoleh karakteristik responden berdasarkan umur masing-masing dari responden pada toko Oleh Oleh Jingga Khas Riau pekanbaru dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.1**

**Identitas Responden Berdasarkan Usia**

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	18 – 25 Tahun	18	36%
2	26 – 30 Tahun	9	18%
3	31 – 35 Tahun	13	26%
4	36 – 40 Tahun	9	18%
5	41 – 45 Tahun	1	2%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa pada identitas responden berdasarkan Usia sebanyak 50 responden dalam kisaran usia 18 – 25 tahun sebanyak 18 responden (38%), kemudian usia antara 26 – 30 tahun sebanyak 9 responden (18%), kemudian 31 – 35 tahun sebanyak sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar 26%, umur 26-30 Tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 18%, umur 36-40 Tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 18%, dan umur 41-45 Tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 2%.

Hal ini menunjukkan secara keseluruhan bahwa umur konsumen yang dominan berbelanja pada toko oleh-oleh Jingga Khas Riau Pekanbaru adalah kalangan anak muda yaitu umur 18-25 tahun, karena mereka cenderung konsumtif. Namun dari segi umur konsumen berbelanja cukup merata, hampir semua tingkatan umur berbelanja kebutuhan pada toko oleh-oleh Jingga Khas Riau pekanbaru. Hal tersebut takterlepas dari lengkapnya barang kebutuhan yang dijual oleh toko oleh-oleh Jingga Khas Riau Pekanbaru.

#### 4.2.1.2. Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas jenis kelamin juga akan mempengaruhi kinerja karyawan, seperti jenis kelamin laki-laki cenderung mempunyai harapan lebih tinggi dan keberhasilan pekerjaan di bandingkan dengan perempuan secara umum. Untuk melihat identitas responden berdasarkan Jenis kelamin dapat di lihat tabel di bawah ini :

**Tabel 4.2.**

**Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Kategori	Frekuensi	Persentase %
Laki-Laki	11	22%
Perempuan	39	78%
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2022

Dari tabel 5.2 diatas menunjukkan bahwa pada Toko Oleh Oleh Jingga Khas Riau berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 39 orang dengan persentase sebesar 78%, Sedangkan karyawan berjenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 22%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen toko oleh oleh Jingga Khas Riau pekanbaru umumnya adalah perempuan, karena perempuan cenderung konsumtif dan antusias dalam membeli kebutuhan pokok ataupun rumah tangga. Sedangkan laki-laki cenderung membeli disaat mendesak atau penting

#### 4.2.1.3. Identitas Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun hasil penelitian yang diperoleh karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir masing-masing dari responden pada toko harian maju saiyo pekanbaru dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.3.**

**Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Kategori	Frekuensi	Persentase
SMP	4	8%
SMA/SMK SEDERAJAT	46	92%
S1	0	-
<b>Jumlah</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 5.3 diatas menunjukkan bahwa komposisi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para konsumen toko oleh oleh jingga khas riau pekanbaru didominasi pada tingkat pendidikan SMA/SMK Sederajat sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 46%, SMP sebanyak 4 responden (8%) dan S1 tidak ada memilih..

Hal ini menunjukkan bahwa dengan berbagai macam latar belakang tingkat pendidikan yang dimiliki konsumen, berarti apapun latar belakang konsumen tersebut tidak memilih-memilih atau berbeda tempat mereka untuk membeli kebutuhan pokoknya. Yang terpenting toko tersebut lengkap, mempunyai kualitas barang yang bagus, harga terjangkau, bersih dan dekat dengan tempat tinggal mereka. Hal itu yang membuat konsumen dari tertarik untuk berbelanja kebutuhannya pada Toko oleh oleh jingga khas riau pekanbaru

## 4.2.2. Uji Validitas dan Realibilitas

### 4.2.2.1. Uji Validitas

Uji Validitas di gunakan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang di gunakan untuk memperoleh data mengenai Komunikasi Organisasi dan Kinerja Karyawan dengan menentukan koefisien korelasi dan masing-masing butir pernyataan mempunyai skor butir terhadap total skor keseluruhan pernyataan yang di gunakan.

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen pernyataan di katakan valid,  $r$  tabel *product moment* untuk  $df : (N-2) = 50 - 2 = 48$  untuk nilai alpha 5% adalah 0,278.

Hasil dan analisis Menggunakan SPSS 20 dan nilai  $r$  tabel di sajikan sebagai berikut :

**Tabel 4.4.**  
**Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen	1	0,825	0,278	Valid
	2	0,849	0,278	Valid
	3	0,855	0,278	Valid
	4	0,898	0,278	Valid
	5	0,849	0,278	Valid
	6	0,842	0,278	Valid
	7	0,772	0,278	Valid
	8	0,797	0,278	Valid
	9	0,790	0,278	Valid
	10	0,876	0,278	Valid
	11	0,898	0,278	Valid
	12	0,890	0,278	Valid
	13	0,790	0,278	Valid

Sumber : Data Olahan 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa butir pernyataan mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari nilai  $r$  tabel. Pernyataan yang memiliki validitas tertinggi yaitu pada pernyataan Kuesioner 4 dan 11 yaitu sama-sama dengan koefisien korelasi 0,898 dan validitas terendah yaitu pada pernyataan Kuesioner 7 dengan nilai koefisien korelasi

0,772. Dari Hasil uji validitas dapat di nyatakan bahwa seluruh pernyataan Kepuasan Konsumen di nyatakan valid dan layak untuk di analisis.

#### 4.2.2.2. Uji Realibilitas

Reliabilitas di gunakan untuk menunjukkan sejauh mana untuk mengukur dapat di percaya atau dapat di andalkan. Pengujian Uji Reliabilitas di lakukan dengan menggunakan formula *alpha cronbach'*, untuk mengetahui hasil uji reliabilitas dapat di lihat sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Butir Pernyataan	Alpha Cronbach's
Kepuasan Konsumen	13	0,964

Sumber : Data Olahan 2022

Kuesioner akan di nyatakan varaiabel jika nilai koefisien reliabilitas mencapai 0,60. Maka pada tabel Uji Reliabilitas di atas menunjukkan bahwa masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 sehingga kuesioner dinyatakan valid.

#### 4.2.3. Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi seorang pengusaha yang menjual berbagai produk, kepuasan pelanggan tidak hanya dari soal cita rasa akan tetapi juga pelayanan sampai dengan harga yang di pasarkan. Menjaga kepuasan pelanggan tidak mudah hanya dengan kualitas produk yang di berikan tetapi pelayanan dan harga juga sangat penting di jaga demi untuk tetap menjaga agar pelanggan bisa menikmati produk berulang kali atau akan kembali lagi.

#### 4.2.3.1. Kualitas Produk

Pada dasarnya kualitas produk adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis yang mana kualitas produk sangat menentukan kepuasan konsumen dan juga masa depan suatu bisnis yang sudah di dirikan. Indikator Kualitas Produk pada penelitian ini adalah :

##### 1. Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan semua produk dalam keadaan baru

Menarik konsumen agar tetap berada pada kawasan kita adalah hal yang tidak mudah, seperti menyediakan produk dalam keadaan baru. Dengan menjual produk dalam keadaan bagus maka konsumen akan merasa puas dengan produk yang akan mereka beli. Untuk melihat tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan semua produk dalam keadaan baru dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan**  
**semua produk dalam keadaan baru**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	33	66,0%
Puas	14	28,0%
Kurang Puas	3	6,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2022

Pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan semua produk dalam keadaan baru sebanyak 50 responden menyatakan bahwa 33 responden (66,0%) memilih sangat puas, kemudian 14 responden (28,0%) memilih puas dan 3

responden (6,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan semua produk dalam keadaan baru yaitu sebanyak 33 responden menyatakan sangat puas terhadap barang yang di sediakan.

Sehingga dapat di simpulkan bahwa pada Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan berbagai produk yang bagus dan steril. Ketika banyak masyarakat yang menjual produk produk yang sama, akan tetapi konsumen juga pandai dalam memilih barang yang akan di beli. Konsumen akan menenentukan keputusan yang menurut mereka barang nya bagus dan steril.

## 2. Produk yang Tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga Bervarian

Ketika produk yang di jual pada toko oleh-oleh Jingga bervariasi maka itu juga akan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga akan kembali mengunjungi toko tersebut. Pada Toko Oleh-oleh Khas Riau Jingga produk yang di tawarkan cukup bervariasi, yang di mulai dari makanan khas seperti Dodol Lancang Kuning, Talam Durian, Bolu Gulung, Bolun Pisang, Kue Soes Fla Durian dan masih banyak lagi yang bisa di jadikan bahan untuk oleh-oleh masyarakat. Untuk melihat tanggapan responden tentang Produk yang tersedia bervariasi di Toko Oleh oleh Jingga Lengkap dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.7**

**Tanggapan Responden tentang Produk yang tersedia bervariasi**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	32	64,0%
Puas	15	30,0%
Kurang Puas	3	6,0%

Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2022

Pada Tanggapan Responden tentang Produk yang tersedia bervariasi di Toko Oleh-oleh Jingga lengkap sebanyak 50 responden menyatakan 32 responden (64,0%) memilih sangat Puas, kemudian sebanyak 15 responden (30,0%) memilih puas, dan 3 responden (6,0%) memilih kurang setuju. Maka pada tanggapan responden tentang Produk yang tersedia bervariasi di Toko Oleh-oleh Jingga yaitu sebanyak 32 (64,0%) memilih sangat Puas pada ketersediaan produk yang di jual Toko oleh-oleh Jingga.

Maka dapat di simpulkan bahwa Produk yang di jual oleh Toko Jingga lengkap, dan hal itu sangat membuat konsumen sangat puas berbelanja pada Toko Oleh-oleh Jingga. Kepuasan pelanggan juga sering di jadikan salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran bisnis karena pemenuhan kepuasan pelanggan tidak hanya membutuhkan produk yang berkualitas saja tetapi juga membutuhkan adanya system pelayanan yang mendukung. Sehingga para konsumen merasa puas berbelanja.

### **3. Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan produk dalam jumlah yang banyak**

Untuk menyediakan produk dalam jumlah banyak dan dalam berbagai merk juga akan membuat konsumen merasa senang berbelanja, bahwasanya produk yang di sediakan dalam toko oleh – oleh jingga dalam jumlah yang banyak akan membuat konsumen merasa banyak pilihan untuk menentukan produk apa yang akan menjadi keputusannya. Untuk melihat tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan produk dalam jumlah yang banyak dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.8**

**Tanggapan Responden Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan produk dalam jumlah yang banyak**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Puas	30	60,0%
Puas	16	32,0%
Kurang Puas	4	8,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan 2022**

Pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan produk dalam jumlah yang banyak yaitu sebanyak 50 responden memilih 30 responden (60,0%) memilih sangat puas, kemudian 16 responden (32,0%) memilih puas dan 4 responden (8,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan produk dalam jumlah yang banyak yaitu sebanyak 30 responden memilih sangat puas.

Sehingga pada Toko Oleh-Oleh Jingga menyediakan produk dengan jumlah yang banyak membuat konsumen merasa puas berbelanja pada Toko Oleh oleh Jingga. Menyediakan produk dengan jumlah yang banyak akan membuat konsumen senang berbelanja kembali, pasalnya banyak produk pilihannya.

**4. Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga memiliki daya tahan yang baik**

Berbicara tentang produk tidak terlepas dari kualitas dan ketahanannya. Dalam banyak contoh kualitas dan ketahanan produk akan sangat mempengaruhi harga jual

produk juga. Kelayakan produk untuk bias di jual di pasaran juga akan mempengaruhi ketika kualitas produk tidak tahan lama. Untuk melihat tanggapan responden tentang Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga memiliki daya tahan yang baik dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.9**

**Tanggapan Responden Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh  
Jingga memiliki daya tahan yang baik**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Puas	31	62,0%
Puas	12	24,0%
Kurang Puas	7	14,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan 2022**

Pada tanggapan responden tentang Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga memiliki daya tahan yang baik sebanyak 50 responden yaitu 31 responden (60,0%) memilih sangat puas, kemudian 12 responden (24,0%) memilih puas dan 7 responden (14,0%) memilih kurang puas. Maka dapat di simpulkan pada tanggapan responden tentang Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga memiliki daya tahan yang baik memilih sangat puas yaitu sebanyak 31 responden.

Sehingga kesimpulan Toko Oleh oleh jingga mempunyai produk yang tahan lama. Teruntuk produk makanan, kualitas dan ketahanan makanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika sebuah produk makanan tidak memiliki kualitas yang baik

maka produk yang ada akan membuat citra buruk di konsumen terlebih jika produk tersebut tidak bias tahan lama. Maka dari itu jika produk tidak tahan lama akan membuat sangat sulit untuk pasarkan secara global.

#### 4.2.3.2. Harga

Harga satuan terpenting di dalam ruang lingkup penjualan, Harga juga sebagai salah satu penentu dari keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalannya. Menjalankan sebuah bisnis tidak akan terlepas dari permasalahan harga, harga sangat memegang peranan yang sangat penting dalam terjadinya kesepakatan jual beli

##### 1. Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan harga yang terjangkau untuk konsumen

Harga merupakan hal terpenting di dalam ruang lingkup penjualan, Harga yang sesuai pada diri pelanggan makan pelanggan tersebut akan menyinggahi nya. Untuk melihat tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan harga yang terjangkau untuk konsumen dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.10**

**Tanggapan Responden Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan Harga yang terjangkau untuk konsumen**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	29	58,0%
Puas	15	30,0%
Kurang Puas	6	12,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2021

Pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan harga yang terjangkau untuk konsumen sebanyak 50 responden menyatakan sebanyak 29 responden (58,0%) memilih sangat puas, kemudian 15 responden (30,0%) memilih puas, dan 6 responden (12,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan harga yang terjangkau untuk konsumen yaitu sebanyak 29 responden memilih sangat puas.

Harga juga kan mejadikan titik kunci keuntungan bagi pengusaha. Jika harga yang di tawarkan jauh tinggi dari pasaran maka pelangga tidak akan tertarik pada produk – produk yang di tawarkan tersebut

**2. Harga produk di Toko Oleh-oleh Jingga telah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan**

Menjual produk dengan harga yang sesuai dan kualitas produk yang bagus merupakan hal yang di minati banyak konsumen. Pelanggan adalah hal yang di nanti nantikan oleh sebuah semua kalangan pengusaha, maka dari itu kualitas produk harus benar-benar di jaga. Untuk melihat tanggapan responden tentang harga produk di Toko Oleh-oleh Jingga telah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.11**

**Tanggapan Responden Harga produk di Toko Oleh-oleh Jingga  
Telah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Puas	31	62,0%
Puas	12	24,0%
Kurang Puas	7	14,0%

Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan 2022**

Berdasarkan tabel di atas pada tanggapan responden tentang harga produk di Toko Oleh-oleh Jingga telah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan sebanyak 50 responden sebanyak 31 responden (62,0%) memilih sangat puas, kemudian 12 responden (24,0%) memilih puas, dan 7 responden (14,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang harga produk di Toko Oleh-oleh Jingga telah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan yaitu sangat puas sebanyak 31 responden.

Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa pada toko oleh – oleh jingga mempunyai kualitas yang baik, Kesesuaian harga dengan kualitas produk merujuk kepada penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang di berikan dalam kaitan dengan spesifik yang berupa kualitas produk. Harga yang di tawarkan oleh konsumen sesuai dengan kualitas yang di tawarkan kepada konsumen.

### **3. Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga lebih rendah dengan toko lainnya**

Daya saing merupakan kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal. Untuk melihat tanggapan responden tentang Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga lebih rendah dengan toko lainnya dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.12**

**Tanggapan Responden Harga produk yang ada di Toko  
Oleh-oleh Jingga lebih rendah dengan toko lainnya**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Puas	34	68,0%
Puas	15	30,0%
Kurang Puas	1	2,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan 2022**

Berdasarkan tabel di atas tentang Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga lebih rendah dengan toko lainnya sebanyak 50 responden yaitu sebanyak 34 responden (69,0%) memilih sangat puas, kemudian 15 responden (30,0%) memilih puas, dan 1 responden (2,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga lebih rendah dengan toko lainnya yaitu sangat puas sebanyak 34 responden.

Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa pada toko oleh-olej jingga yaitu dengan harga yang rendah di banding penjual lainnya. Meski harga rendah dari harga lainnya, kualitas tetap sangat di utaman pada toko oleh-oleh Jingga. Banyaknya kesamaan harga barang pada toko harian maju saiyo dengan toko lainnya. Namun yang membedakan adalah banyaknya jenis barang kebutuhan dan lengkapnya kebutuhan pokok yang dijual pada Toko oleh oleh Jingga serta kualitas barang yang baik dan kebersihan toko yang membuat konsumen lebih memilih berbalanja pada Toko oleh-oleh Jingga.

#### 4. Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen

Kesesuaian harga dengan manfaat merujuk kepada konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengosumsi apa yang di tawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan. Untuk melihat tanggapan responden tentang Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen dapat di lihat tabel di bawah ini :

**Tabel 4.13**

**Tanggapan Responden Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	33	66,0%
Puas	16	32,0%
Kurang Puas	1	2,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan 2022**

Berdasarkan tabel di atas pada tanggapan responden tentang Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen yaitu sebanyak 50 responden menyatakan 33 responden (66,0%) memilih sangat puas, kemudian 16 responden (32,0%) memilih puas, dan 2 responden (4,0%) memilih kurang puas. Maka dapat di simpulkan pada tanggapan responden tentang Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen yaitu sangat setuju sebanyak 33 responden yang memilih.

Bahwa dapat di simpulkan pada Toko Oleh-oleh Khas Riau sudah memberikan harga yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat Seperti harga Bolen Pisang Harga Rp35.000,00, Bolu Gulung dengan harga Rp48.000,00, Kue Soes dengan Harga Rp35.000,00, Kemoja Mini dengan Harga Rp30.000,00, Bika ambon dengan harga Rp45.000,00 dan masih banyak lagi harga produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

#### 5. Kebersihan dan Tempat pada Toko Oleh Oleh Jingga sangat Baik

Kebersihan juga di butuhkan dalam memulai suatu bisnis, karena konsumen juga akan melihat bagaimana kita dalam menjaga kebersihan toko. Konsumen tidak hanya melihat produk yang akan di jual tetapi kebersihan juga sangat penting guna membuat konsumen betah dan nyaman mungkin berada pada lingkungan Toko tersebut. Untuk melihat tanggapan responden tentang Kebersihan dan Tempat pada Toko Oleh Oleh Jingga sangat Baik dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.14**

**Tanggapan Responden Kebersihan dan Tempat pada Toko Oleh Oleh Jingga sangat Baik**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	31	62,0%
Puas	17	34,0%
Kurang Puas	2	4,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2022

#### 4.2.3.3. Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas berperan sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga sangat erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi rumah makan. Semakin berkualitas pelayanan yang di berikan oleh rumah makan maka kepuasan yang di rasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi

##### 1. Toko Oleh-oleh Jingga menerima dengan baik setiap keluhan konsumen

Keluhan secara sederhana dapat diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan terhadap produk yang di pasarkan oleh Perusahaan, keluhan itu sendiri bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, survey, maupun secara langsung. Untuk melihat tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menerima dengan baik setiap keluhan konsumen dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.15**  
**Tanggapan Responden Toko Oleh-oleh Jingga menerima dengan Baik setiap keluhan konsumen**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	32	64,0%
Puas	12	24,0%
Kurang Puas	6	12,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olahan 2022

Berdasarkan tabel di atas pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menerima dengan baik setiap keluhan konsumen sebanyak 50 responden menyatakan 32 responden (64,0%) memilih sangat Puas, kemudian 12 responden (24,0%) memilih puas, dan 6 responden (12,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menerima dengan baik setiap keluhan konsumen yaitu sebanyak 32 responden menyatakan sangat puas terhadap konsumen siap menerima keluhan dan saran terhadap produk yang di jual.

Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa Toko Oleh-Oleh Jingga sangat menerima keluhan atau saran yang di berikan konsumen terhadap Toko oleh-oleh Jingga. Keluhan yang di berikan bisa di jadikan sebagai saran untuk memperbaiki kedepan nya menjadi baik lagi.

**2. Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen**

Karyawan yang mempunyai sikap sopan santun yang baik juga akan membuat pelanggan senang untuk kembali berkunjung. Sikap sopan santun yang ada pada diki karyawan harus benar konsisten tidak pandang karyawan tersebut mempunyai masalah pribadi nya. Untuk melihat tanggapan responden tentang Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.16**

**Tanggapan Responden Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat Ramah dan sopan dalam melayani konsumen**

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Puas	31	62,0%

Puas	12	24,0%
Kurang Puas	7	14,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Olaha 2022

Berdasarkan tabel di atas tentang Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen sebanyak 50 responden menyatakan 31 responden (62,0%) memilih sangat Puas, kemudian 12 responden (24,0%) memilih puas, dan 7 responden (14,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen yaitu 31 responden menyatakan sangat puas terhadap Pelayanan Toko Oleh-Oleh Jingga.

Sehingga dapat di tarik kesimpulan bahwa Pelayanan Toko oleh-oleh jingga dalam melayani konsumen sangat baik dan sopan. Pelayanan seperti ramah dan sopan terhadap konsumen juga akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **3. Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen**

Mempunyai karyawan yang siap tanggap dalam melayani pelanggan adalah semua keinginan pengusaha. Pelanggan merupakan raja yang harus di layanani dengan baik maka karyawan juga harus cepat dalam merespon semua permintaan pelanggan. Untuk melihat tanggapan responden tentang Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.17**

**Tanggapan Responden Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat  
Cepat dan tanggap dalam melayani konsumen**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Puas	29	58,0%
Puas	15	30,0%
Kurang Puas	6	12,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data Olahan 2022**

Berdasarkan tabel di atas tentang Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen sebanyak 50 responden menyatakan 29 responden (58,0%) memilih sangat Puas, kemudian 15 responden (30,0%) memilih Puas dan 6 responden (12,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen yaitu sebanyak 29 responden memilih sangat puas.

#### **4. Toko Oleh-oleh Jingga menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja**

Dalam sistem penjualan seperti toko retail, minimarket, kelontong atau toko harian pada umumnya sistem pembayaran adalah secara cash langsung bayar ditempat atau ditoko tersebut. Dengan begitu tentu akan memberikan rasa aman yang lebih besar terhadap dua belah pihak baik itu penjual ataupun pembeli. Berbeda dengan pembayaran online yang sudah cukup banyak kita ketahui dan lihat, dimana bisa saja di manipulasi jika tidak memiliki sistem keamanan yang baik dan benar. Untuk melihat

tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.18**  
**Tanggapan Responden Toko Oleh-oleh Jingga menjamin**  
**keamanan dalam transaksi berbelanja**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat Puas	31	62,0%
Puas	17	34,0%
Kurang Puas	2	4,0%
Tidak Puas	-	-
Sangat Tidak Puas	-	-
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas tentang Toko Oleh-oleh Jingga menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja sebanyak 50 responden menyatakan 31 responden (62,0%) memilih sangat puas, kemudian 17 responden (34,0%) memilih puas, dan 2 responden (4,0%) memilih kurang puas. Maka kesimpulan pada tanggapan responden tentang Toko Oleh-oleh Jingga menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja yaitu sebanyak 31 responden menyatakan setuju terhadap membayar dengan cara cash atau uang langsung.

Konsumen merasa sistem pembayaran yang ada pada toko Oleh-oleh Jingga sudah cukup baik, karena pada umumnya sama dengan seperti toko lainnya. Namun melihat toko harian maju sayo pekanbaru yang besar ini seharusnya sudah menggunakan mesin kasir seperti minimarkert agar lebih modern memudahkan bertransaksi, dengan hal tersebut bisa mengatasi keramaian konsumen pada disatu waktu. Sehingga apabila konsumen melakukan complain mudah dikarenakan ada bukti struk atau notapembelian.

#### 4.2.3.4. Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.19

Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Frekuensi					Jumlah	Skor
		SP	P	KS	TS	STS		
<b>Kualitas Produk</b>								
1	Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan semua produk dalam keadaan baru	33	14	3	0	0	50	230
2	Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh bervariasi	32	15	3	0	0	50	229
3	Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan produk dalam jumlah yang banyak	30	16	4	0	0	50	226
4	Produk yang tersedia di Toko Oleh-oleh Jingga memiliki daya tahan yang baik	31	12	7	0	0	50	224
<b>Harga</b>								
5	Toko Oleh-oleh Jingga menyediakan harga yang terjangkau untuk konsumen	29	15	6	0	0	50	223
6	harga produk di Toko Oleh-oleh Jingga telah sesuai dengan kualitas yang di tawarkan	31	12	7	0	0	50	224
7	harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga lebih rendah dengan toko lainnya	34	15	1	0	0	50	223
8	Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen	33	16	1	0	0	50	232
<b>Kualitas Pelayanan</b>								
9	Kebersihan produk dan tempat di Toko Oleh-oleh Jingga sangat baik	31	17	2	0	0	50	229
10	Toko Oleh-oleh Jingga sangat baik	32	12	6	0	0	50	226
11	karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat ramah dan sopan dalam melayani konsumen	31	12	7	0	0	50	224
12	karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen	27	17	6	0	0	50	223

13	Toko Oleh-oleh Jingga menjamin keamanan dalam transaksi berbelanja	31	17	1	0	0	50	229
<b>Total Skor</b>								<b>2.942</b>

Sumber : Olahan data 2022

Berikut dapat kita ketahui nilai tertinggi dan terendah jumlah skor variabel Kepuasan Pelanggan :

$$\text{Nilai Tertinggi} = 13 \times 5 \times 50 = 3.250$$

$$\text{Nilai Terendah} = 13 \times 1 \times 50 = 650$$

Kemudian Pada Kategori Harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen merupakan kuesioner dengan jumlah skor yang tertinggi artinya pada Toko Oleh-Oleh Jingga Khas Riau sudah menyediakan produk yang di butuhkan oleh banyak konsumen, selanjutnya pada kuesioner pertanyaan karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen merupakan jumlah skor yang terendah artinya pada Toko Oleh-oleh Jingga Khas Riau Belum sepenuhnya Melayani Konsumen yang berbelanja pada Toko OLEh-oleh Jingga Khas Riau.

Untuk Mencari Nilai koeffisien adalah sebagai berikut :

$$\frac{\text{Skor Maximal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Skor}} = \frac{3.250 - 650}{5} = 520$$

Untuk Mengetahui Tingkat kategori Kepuasan Pelanggan pada Toko oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau, maka dapat di lihat di bawah ini :

$$\text{Sangat Puas} = 2.600 - 3.250$$

$$\text{Puas} = 2.080 - 2.600$$

Kurang Puas = 1.560 – 2.080

Tidak Puas = 1.040 – 1.560

Sangat Tidak Puas = 520 – 1.040

Maka dapat di lihat pada hasil deskriptif Kepuasan Pelanggan berada pada nilai 2.942 yang merupakan dalam kategori baik yaitu kisaran antara **2.600 – 3.250** maka variabel Kepuasan Pelanggan sangat memberikan Pelayanan dan kepuasan pelanggan yang baik pada Toko oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau hal ini dapat di buktikan pada semua item pertanyaan kuesioner kepuasan pelanggan.

#### **4.2.4. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di lakukan, dan berdasarkan hasil analisis data yang telah di jabarkan di atas, maka dapat di ketahui Kepuasan pelanggan pada Toko Oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau Berjalan dengan baik. Hal ini dapat di lihat pada tanggapan Rekapitulasi tanggapan Responden. Kepuasan pelanggan Merupakan hasil yang di rasakan oleh pelanggan dari hasil kinerja mereka, Ketika Hasil dari Toko tersebut baik maka Kepuasan Pelanggan yang di dapatkan juga tentu nya kan bagus juga, jadi jika Toko mempunyai harapan agar kepuasan pelanggan tetap baik maka harus di pastikan agar harga, kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan juga di perbaiki lebih baik lagi.

Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen terdapat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada item kuesioner harga produk yang ada di Toko Oleh-oleh Jingga sesuai dengan kebutuhan yang diterima oleh konsumen artinya harga yang di berikan oleh pihak toko oleh-oleh Jingga sudah sesuai dengan harga konsumen, maksud nya harga pada produk sudah sesuai, tidak membuat para konsumen merasa terlalu mahal untuk di beli sehingga konsumen merasa sangat

puas dengan harga produk toko oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau yaitu Seperti harga Bolen Pisang Harga Rp35.000,00, Bolu Gulung dengan harga Rp48.000,00, Kue Soes dengan Harga Rp35.000,00, Kemoja Mini dengan Harga Rp30.000,00, Bika ambon dengan harga Rp45.000,00, Rangginang dengan harga Rp 30.000,00, Wajik Durian dengan Harga Rp25.00,00, Leker Nanas dengan Harga Rp30.000,00 dan masih banyak lagi harga produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang bisa di dapat di Toko Oleh-oleh Jingga yang dapat di jadikan oleh-oleh konsumen.

Kemudian terdapat skor terendah yaitu pada item kuesioner karyawan Toko Oleh-oleh Jingga sangat cepat dan tanggap dalam melayani konsumen dengan jumlah skor 223, artinya karyawan masih banyak kelalaian dalam melayani konsumen, kurang cepat dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas. Ini adalah seperti bentuk motivasi agar Karyawan Toko Oleh-oleh Jingga dapat memperbaiki Sikap dalam Melayani Konsumen agar lebih Baik lagi guna menarik simpatik konsumen gar merasa Puas kembali dalam Berbelanja di Toko Oleh – oleh Jingga Khas Riau.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Hendang Setyo Rukmi, Dwi Novirani, Arinal Hada (2017) yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Toko Oleh-oleh khas bandung, kemudian Jon Alpredo Malau, Nyoman Parining, A.A.A. Wulandira Sawitri Djelantik (2021) yang berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Kacang Balado Cap Burung Cendrawasih UD.Monang di Pusat Oleh-oleh Khas Bali Hawaii kemudian Bella Nur Saffarah (2021) yang berjudul Pengaruh Store Image Terhadap Store Satisfaction dan Store Loyalty Pada Toko Oleh-oleh Bje Kota Semarang.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang di lakukan Toko oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau, maka dapat di tarik kesimpulan seperti berikut :

1. Dari hasil uji analisis dan pengambilan data maka Kepuasan pelanggan pada Toko Oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau Berjalan dengan baik.
2. Bahwa konsumen pada Toko oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau merasakan kepuasan terhadap harga yang telah di pasarkan untuk produk Toko oleh-oleh Jingga Pekanbaru, Riau.
3. Bahwa Pelayanan yang baik yang akan di berikan karyawan terhadap Konsumen juga akan membuat kepuasan konsumen tersendiri, maka jika Toko Oleh – oleh Jingga Khas Riau Pekanbaru ingin konsumen kembali mengujungi nya maka berikan pelayanan yang terbaik.

## 5.2. Saran

1. Bagi Toko Oleh-Oleh Jingga Pekanbaru Agar tetap memperbaiki Segi Pelayanannya, Ketika Konsumen sudah merasakan Kepuasan pelayanan maka Konsumen tidak ragu lagi untuk kembali mengunjungi.
2. Bagi Karyawan Toko Oleh – oleh Jingga Pekanbaru agar cepat sigap dalam pelayanan konsumen
3. Bagi Toko Oleh-oleh Jingga Pekanbaru agar tetap mempertahankan Harga yang diberikan pada Konsumen sehingga sesuai dengan manfaat dan kebutuhan Konsumen saat mengunjungi Toko Oleh-oleh Jingga Pekanbaru.
4. Bagi Toko Oleh-oleh Jingga Pekanbaru agar memberikan Harga sesuai dengan konsumen, karena jika Harga mahal tetapi Produk yang di jual memberikan Kepuasan terhadap Konsumen maka Konsumen tidak Ragu untuk kembali membeli produk tersebut.
5. Untuk peneliti berikutnya, di harapkan dapat menggunakan variabel lain atau menambah variabel lain yang menghasilkan hubungan yang kuat antara variabel-variabel tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Amri. 2006. *Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Agustinus, Sri Wahyudi. 2012. *Manajemen Strategi, Pengantar Proses Berfikir Strategik Aplikasi Bisnis*.
- Bukhori, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabet, Cet. Ke-1, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Depdiknas. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Gabriel F. Tharob, Elfie Mungkid, dkk. 2017. *Analisis Hambatan Bisnis Bagi Mahasiswa*.
- Husein, Umar. 2000. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Press.
- Kartono, Kartini. 1980. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Kasmir. 2012. *Kewirausahaan, Cet ke-7*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Kasmirudin, Analisis Strategi Bersaing Bisnis Eceran Besar atau Modern, *Jurnal*
- Kevin L keller. 2019. *Manajemen pemasaran*. Indonesia: PT macan Jaya Cemerlang.
- Lexy J. Moleong. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Miftahul Fiki Arsela. 2017. *Strategi Pemasaran Toko Olahraga Di Jalan Ki Hajar Dewantara 15A Metro Timur*, Skripsi, Metro: Stain Jurai Siwo Metro. Perpustakaan IAIN Metro.
- Muhammad Djakraf. 2007. *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, Malang: UIN Malang Press.
- Nailul Kharomah. 2016. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Menarik Minat Pembeli (studi di MultiMart Simbarwaringin)* ,Skripsi, Metro: STAIN Jurai Siwo Metro. Perpustakaan IAIN Metro.
- Philip Kotler. 1998. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga.
- Ristiyanti Prasetyo dan Jhon J. 2005. *Prilaku Konsumen*, Yogyakarta: Penertbit Andi.
- Rony Kountor. 2005. *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alvabeta.
- Sumardi Suryabrata. 2014. *Metodologi Penelitian*. Jakarta:Rajawali Press, ed-2. Cet Ke- 25.
- Tim Penyusun. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. IAIN Jurai Siwo Metro.
- Willy Pratama Widharta dan Sugiono Sugiharto. 2013. Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.

Yusuf Qardhawi. 2017. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**