

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA PADA
TOKO HARIAN MAJU SAIYO DI PEKANBARU**

*Diajukan untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi
jurusan manajemen di universitas islam riau pekanbaru*



OLEH:

IRMA MEFRI WARSINA

165210398

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irma mefri warsina
NPM : 165210398
Program Studi : Manajemen S1
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis kepuasan konsumen berbelanja pada toko harian maju saiyo Pekanbaru

Disahkan Oleh:

(YULEFNITA,SE.,MM)

Mengetahui :



Dekan

(Dr. Firdaus Ar, SE., M.Si., Ak., CA)

Ketua Program Studi

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



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS EKONOMI

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

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan Bimbingan Skripsi Terhadap:

Nama : Irma Mefri Warsina
Npm : 165210398
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen S-1
Konsentrasi : Manaiemen Pemasaran
Sponsor : Yul Efnita, SE., MM
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru.

Dengan Perincian Sebagai Berikut:

No.	Tanggal	Catatan	Berita Acara Bimbingan	Paraf
		Sponsor		Sponsor
1	04/12/2019	√	<ul style="list-style-type: none">• Penelitian terdahulu yang sama, bawa data penelitian	
2	04/01/2020	√	<ul style="list-style-type: none">• Perbaiki format penulisan, kurangi teori di latar belakang• Ceritakan sesuai dengan variabel yang diamati	
3	09/01/2020		<ul style="list-style-type: none">• Perbaiki hipotesis sesuai dengan rumusan masalah• Operasional variabel perbaiki	
4	14/01/2020	√	<ul style="list-style-type: none">• Acc seminar proposal	
5	08/09/2020	√	<ul style="list-style-type: none">• Acc kuesioner	
6	01/10/2020	√	<ul style="list-style-type: none">• Sesuaikan indikator dengan kuisioner	
7	21/10/2020	√	<ul style="list-style-type: none">• Perbaiki skripsi, hipotesis, kesimpulan, tujuan penelitian dan buat abstrak serta lengkapi lampiran	
8	23/10/2020	√	<ul style="list-style-type: none">• Perbaiki kata pengantar	

No.	Tanggal	Catatan	Berita Acara Bimbingan	Paraf
		Sponsor		Sponsor
			<ul style="list-style-type: none"> • Biodata lengkapi • Perbaiki daftar isi 	
9	03/11/2020	√	<ul style="list-style-type: none"> • Pembahasan sesuaikan dengan hasil penelitian 	
10	18/112020	√	<ul style="list-style-type: none"> • Acc skripsi 	

Pekanbaru, 5 Januari 2021

Bebantu Dekan I



Dr. Hj. Zilvan Sastraningsih, SE., M.Si



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

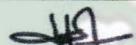
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpovan Pekanbaru Telp 647647

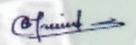
BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Irma Mefriwarsina
NPM : 165210398
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru.
Hari/Tanggal : Selasa 29 Desember 2020
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji

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

Hasil Seminar : *)

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

Mengetahui
An.Dekan



Dr. Hj. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan I



Pekanbaru, 29 Desember 2020
Ketua Prodi



Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 1823 / Kpts/FE-UIR/2020
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau dilaksanakan 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 : Irma Mefriwarsina
 N P M : 165210398
 Program Studi : Manajemen S1
 Judul skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru.
2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Yul Efrita, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Hj. Susie Suryani, SE., MM	Lektor, C/c	Sistematika	Sekretaris
3	Awliya Afwa, SE., MM	Assisten Ahli, C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Deswarta, SE, MM	Asisten Ahli 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 : 29 Desember 2020
 Dekan

Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

- 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

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 1823/KPTS/FE-UIR/2020, Tanggal 28 Desember 2020, Maka pada Hari Selasa 29 Desember 2020 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2020/2021.

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nama | : Irma Mefriwarsina |
| 2. NPM | : 165210398 |
| 3. Program Studi | : Manajemen S1 |
| 4. Judul skripsi | : Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru. |
| 5. Tanggal ujian | : 29 Desember 2020 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi UIR. |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B+) 73 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua



Dr. Hi. Ellyan Sastraningsih, SE., M.Si
Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris



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

Dosen penguji :

1. Yul Efrita, SE., MM
2. Hj. Susie Suryani, SE., MM
3. Awliya Afwa, SE., MM

(.....)
(.....)
(.....)

Notulen

1. Deswarta, SE., MM

(.....)

Pekanbaru, 29 Desember 2020

Mengetahui
Dekan,



Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

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

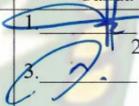
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Irma Mafriwarsina
NPM : 165210398
Judul Proposal : Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Toko
Harian Maju Saiyo, Tampan
Pembimbing : 1. Yul Efnita, SE., MM
Hari/Tanggal Seminar : Rabu / 04 Maret 2020

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.	Yul Efnita, SE., MM		1. 
2.	Hj. Susie Suryani, SE., MM		2. 
3.	Awliya Afwa, SE., MM		3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
A.n. Dekan Bidang Akademis


Dr. Firdaus AR, SE., M.Si., Ak., CA

Pekanbaru, 04 Maret 2020
Sekretaris,


Azmansyah, SE., M.Econ

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor:3003/Kpts/FE-UIR/2019
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA SI
Bismillahirrohmanirrohim
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Menimbang: 1. Surat penetapan Ketua Jurusan / Program Studi Manajemen tanggal 20 November 2019 tentang penunjukan Dosen Pembimbing skripsi mahasiswa.
 2. 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. Surat Mendikbud RI:
 a. Nomor: 0880/U/1997 c.Nomor: 0378/U/1986
 b. Nomor: 0213/0/1987 d.Nomor: 0387/U/1987
 2. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
 a. Nomor : 192/SK/BAN-PT/Ak XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Eko. Pembangunan
 b. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Manajemen
 c. Nomor : 197/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/IX/2013, tentang Akreditasi Akuntansi S1
 d. Nomor : 001/SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/I/2014 Tentang Akreditasi D.3 Akuntansi
 3. Surat Keputusan YLPI Daerah Riau
 a. Nomor: 66/Skep/YLPI/II/1987
 b. Nomor: 10/Skep/YLPI/IV/1987
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2013
 5. Surat Edaran Rektor Universitas Islam Riau tanggal 10 Maret 1987
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

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

No	N a m a	Jabatan/Golongan	Keterangan
1.	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah:
 N a m a : Irma Mefriwarsina
 N P M : 165210398
 Jurusan/Jenjang Pended. : Manajemen / S1
 Judul Skripsi : Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Harian Maju Saiyo, Tampan
3. Tugas pembimbing adalah berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor: 52/UIR/Kpts/1989 tentang pedoman penyusunan skripsi mahasiswa di lingkungan Universitas Islam Riau.
 4. Dalam pelaksanaan bimbingan supaya memperhatikan usul dan saran dari forum seminar proposal.
 5. Kepada pembimbing diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
 6. Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini segera akan ditinjau kembali.
 Kutipan: Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan menurut semestinya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 21 November 2019
 Dekan,

 Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA

Tembusan : Disampaikan pada:
 1. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau
 2. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru.



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية الريوية

3003

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

FORMULIR PENGUSULAN SK. PEMBIMBING
DAN PROSEDUR SEMINAR PROPOSAL

NAMA : LEMA MEFRIWARSITA
 NPM : 16210398
 PROGRAM STUDI : Manajemen
 KONSENTRASI : Pemasaran
 JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan
pada Toko HARIAN MAN SAHO I TAMPAH
 :
 :
 :
 :
 :
 :

USULAN PEMBIMBING	CATATAN PEMBIMBING I
PEMBIMBING I : <u>Yulianty M</u>	Acc Seminar Proposal <u>K/1-20</u>
PEMBIMBING II : <u>[Signature]</u>	
CATATAN PEMBIMBING II	CATATAN KETUA PRODI
<u>[Signature]</u>	<u>[Signature]</u>

PEKANBARU, 20 Januari 2020
WAKIL DEKAN I

[Signature]

- PERSYARATAN PENGUSULAN :
1. Proposal yang telah disetujui Prodi
 2. Kwitansi Jurnal Kiat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan ;

1. Karya tulis skripsi adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana, baik di Universitas Islam Riau ataupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini sesuai dengan gagasan, rumusan dan penilaian sendiri tanpa bantuan manapun, kecuali arahan tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dalam naskah dengan disebutkan nama pengarah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekanbaru, 05 Januari 2021

Saya yang membuat pernyataan



IRMA MEFRIWARSINA

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERBELANJA PADA TOKO HARIAN MAJU SAIYO PEKANBARU

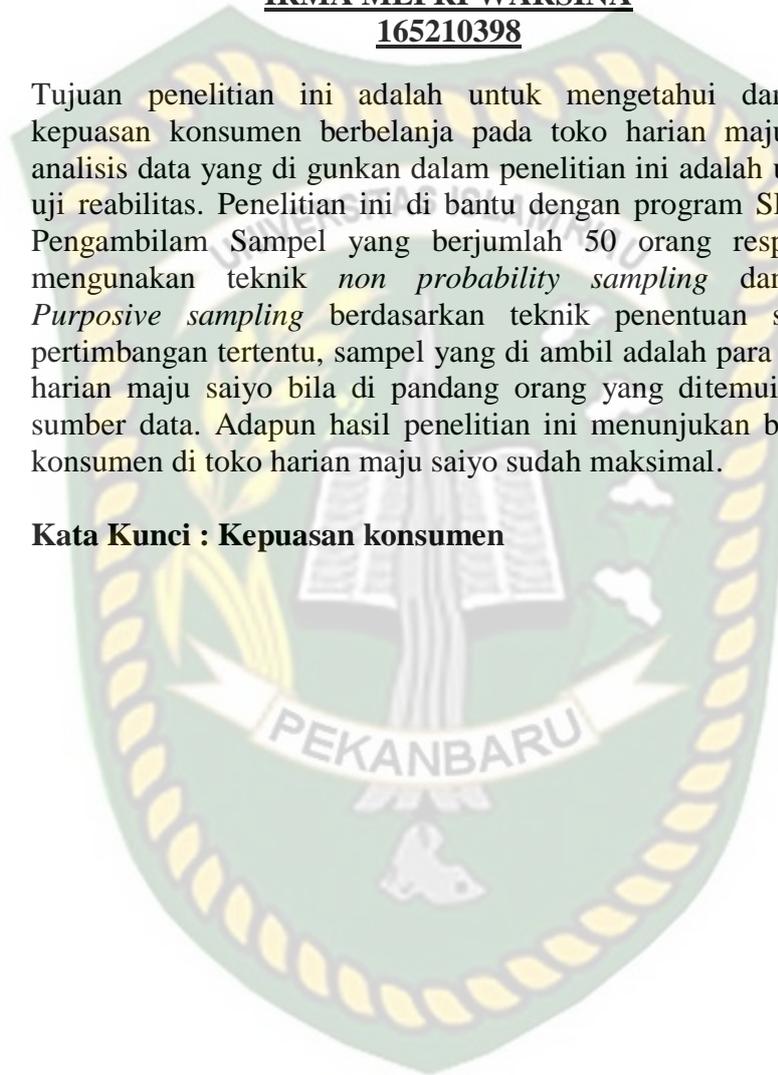
Oleh :

IRMA MEFRI WARSINA

165210398

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan konsumen berbelanja pada toko harian maju saiyo, teknik analisis data yang di gunakan 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 harian maju saiyo bila di pandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di toko harian maju saiyo sudah maksimal.

Kata Kunci : Kepuasan konsumen



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, atas karunia dan limpahan rahmat-Nya dan Nabi Muhammad SAW sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis dengan judul “**Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Toko Harian Maju Saiyo Di Pekanbaru**” yang disusun sebagai syarat Akademis dan penyelesaian Program Studi Manajemen (S1), Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Riau.

Peneliti menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ini khususnya kepada :

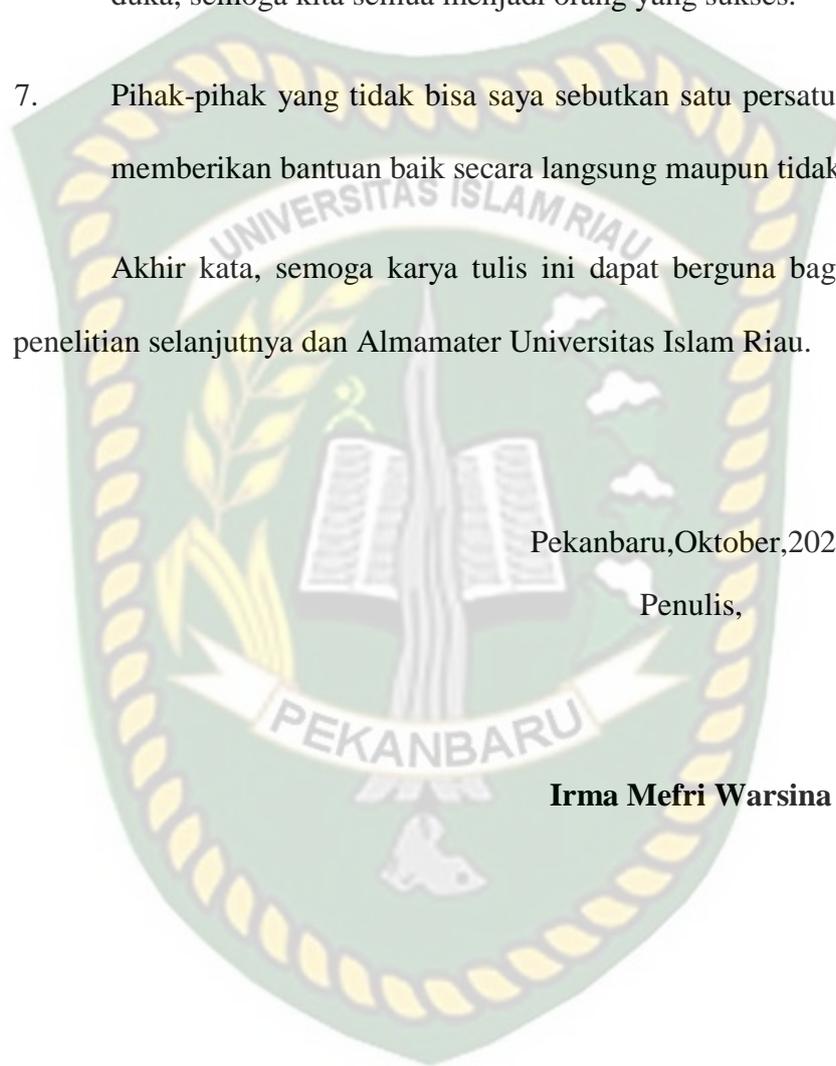
1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Dr. Firdaus AR, SE. M.Si, AK,CA
2. Ketua Program Studi Ilmu Manajemen Abd. Razak Jer, SE.,M.Si
3. Dosen Pembimbing Yul Efnita, SE.,MM yang telah banyak meluangkan waktu dan sangat sabar dalam membimbing dan memotivasi peneliti selama penelitian ini dilaksanakan.
4. Segenap dosen Universitas Islam Riau atas tambahan ilmu pengetahuan dan pembelajaran hidup yang peneliti dapatkan selama kegiatan perkuliahan.

5. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan do'a, semangat dan motivasinya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini .
 - 6 Kepada teman-teman yang telah bersama-sama berbagi canda dan duka, semoga kita semua menjadi orang yang sukses.
 7. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.
- Akhir kata, semoga karya tulis ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, Oktober, 2020

Penulis,

Irma Mefri Warsina

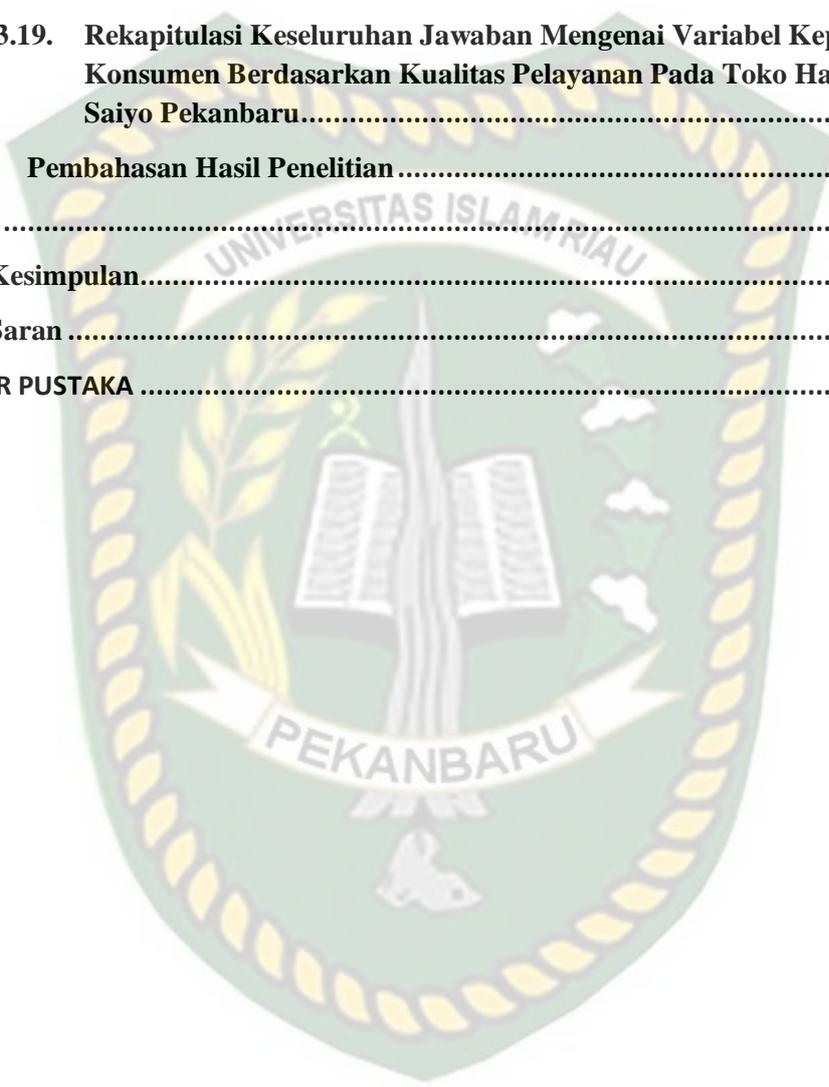


DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	2
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
1.4. Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	10
2.1. Kepuasan Konsumen	10
2.1.1. Pengertian kepuasan konsumen	10
2.1.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen	11
2.1.3. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen	12
2.1.4. faktor-faktor Kepuasan Konsumen	13
2.1.5. Manfaat Kepuasan Pelanggan	15
2.2. Produk Quality (kualitas produk)	15
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk	15
2.2.2. Dimensi kualitas produk :	17
2.2.3. Price (harga).....	19
2.2.4. Kualitas Pelayanan.....	21
2.3. Penelitian Terdahulu	23
2.4. Hipotesis	24
BAB III.....	25
3.1. Lokasi Penelitian	25
3.2. Operasional Variabel.....	25
3.3. Populasi dan Sampel.....	26

3.4. Jenis dan Sumber Data	27
3.5. Teknik Pengambilan Data	28
3.6. Metode Analisis Data	29
3.7. Teknik analisis data	30
BAB IV	32
4.1. Sejarah Singkat Toko Harian Maju Saiyo	32
4.2. VISI DAN MISI	33
BAB V	35
5.1. Identifikasi Responden	35
5.1.1. Identifikasi Responden Berdasarkan Umur	35
5.1.2. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
5.1.3. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	38
5.2.1. Uji Validitas	38
5.2.2. Uji Reliabilitas	39
5.3. Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja di Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru	40
5.3.1. Kualitas Produk	41
5.3.2. Produk Yang Tersedia Dalam Keadaan Baru dan Segar	41
5.3.3. Kelengkapan Produk Yang Dijual	43
5.3.4. Ketersediaan Jumlah Produk	44
5.3.5. Daya Tahan Produk	45
5.3.6. Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru	47
5.3.7. Harga	49
5.3.8. Keterjangkauan Harga	49
5.3.9. Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk	50
5.3.10. Daya Saing	52
5.3.11. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	53
5.3.12. Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harga Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru	55
5.3.13. Kualitas Pelayanan	57

5.3.14.	Kebersihan Lokasi Toko.....	57
5.3.15.	Penanganan Keluhan Konsumen.....	59
5.3.16.	Kesopanan dan Keramahan Karyawan.....	60
5.3.17.	Kecepatan Karyawan Dalam Melayani Konsumen.....	61
5.3.18.	Keamanan Transaksi Pembayaran.....	63
5.3.19.	Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru.....	64
5.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
BAB VI	80
6.1	Kesimpulan.....	80
6.2	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data penjualan perbulan toko harian Maju Saiyo dari Januari sampai Desember 2019	5
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3 Operasional Variabel.....	25
Tabel 4 Identifikasi Responden Berdasarkan Umur	35
Tabel 5 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 6 Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
Tabel 7 Uji Validitas	38
Tabel 8 Uji Reliabilitas	40
Tabel 9 Tanggapan Responden Mengenai Produk Yang Tersedia Dalam Keadaan Baru dan Segar	42
Tabel 10 Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Produk Yang Dijual	43
Tabel 11 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Jumlah Produk	44
Tabel 12 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Produk	46
Tabel 13 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru.....	47
Tabel 14 Tanggapan Responden Mengenai Keterjangkauan Harga	50
Tabel 15 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk	51
Tabel 16 Tanggapan Responden Mengenai Daya Saing	52
Tabel 17 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk.....	54
Tabel 18 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harga Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru	55
Tabel 19 Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Lokasi Toko.....	58
Tabel 20 Tanggapan Responden Mengenai Penanganan Keluhan Konsumen	59
Tabel 21 Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan dan Keramahan Karyawan	60
Tabel 22 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Karyawan Dalam Melayani Konsumen	62
Tabel 23 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Bertransaksi Pembayaran	63
Tabel 24 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Toko Harian Maju Saiyo33



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan Era Globalisasi di mana bidang teknologi juga semakin maju dengan pesat telah memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap kehidupan manusia di Indonesia, mulai dari bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya semua mengalami perubahan. Pada bidang ekonomi kehidupan manusia juga berubah hal ini dapat dilihat dari gaya hidup konsumen yang mulai menginginkan adanya suatu kepraktisan dan kenyamanan dalam mendapatkan suatu barang atau produk sehingga akhir-akhir ini banyak toko ritel yang bermunculan untuk memenuhi keinginan tersebut.

Era Globalisasi menjanjikan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Seperti halnya yang terjadi pada industri ritel Nasional dimana perkembangan jumlah ritel di Indonesia terus bertambah secara pesat seperti supermarket, hypermarket, mini market, dan ritel lainnya yang terus bermunculan.

Sebagai salah satu industri yang paling dinamis saat ini, pemilik bisnis ritel, terutama yang berbasis toko harus mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di dalam pasar dan dengan tanggap mengadaptasinya pada bisnis mereka sehingga selalu sesuai dengan life style. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut, setiap bisnis

ritel perlu meningkatkan kekuatan yang ada di dalam perusahaanya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikanya yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat membeli konsumen.

Peluang besar dalam bisnis perekonomian ini mengakibatkan persaingan antar produsen dalam memenuhi kebutuhan para konsumen, persaingan yang ketat menuntut para produsen semakin inovatif dan kreatif dalam menciptakan dan menawarkan produk dan jasa mereka.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi sebuah bisnis, karena dapat menciptakan komitmen dan loyalitas terhadap suatu produk. Konsumen akan membeli berulang –ulang, karena setelah terciptanya kepercayaan dan pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen baik dari internal maupun eksternal, yaitu kualitas layanan, harga, kualitas produk, emosi dan biaya.

Pelanggan merupakan target pasar utama dalam setiap usaha, karena tanpa adanya konsumen maka suatu usaha tidak akan dapat berkembang dan mencapai laba secara maksimal. Mendapatkan pelanggan dalam suatu usaha ritel bukanlah suatu perkara yang mudah, hal ini terjadi karena banyaknya persaingan dari minimarket yang ada, sehingga mewajibkan

pengusaha untuk lebih memperhatikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan untuk membentuk suatu kepuasan pelanggan.

Pengukuran terhadap konsumen pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting dilakukan untuk dapat mempertahankan suatu pelanggan dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada akhirnya pengusaha dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dapat di lihat pada saat sekarang banyak ritel modern bermunculan dilingkungan masyarakat seperti indomaret,alfamart,supermarket dan sebagainya yang banyak menawarkan berbagai jenis macam produk serta harga dengan diskon-diskon yang sangat menarik perhatian konsumen maka dari itu keberadaan toko tradisional (tradisional market) akan tersaingi dengan kemunculan ritel modren. Untuk mempertahankan konsumen toko tradisional (tradisional market) dengan mempertahankan kualitas produk yang baik serta harga yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga kepuasan konsumen akan terpenuhi.

Pada penelitian ini melihat seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan kualitas produk suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen,produk yang di tawarkan 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 baik dibandingkan dengan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginanya. 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.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terkhususnya pada toko harian maju saiyo, dalam penelitian ini untuk mengetahui kepuasan konsumen dapat dilihat dari tingkat kualitas produk, harga, dan pelayanan. Jika sudah terpenuhi maka konsumen akan merasa puas dan loyal terhadap produk dan berbelanja di toko tersebut.

Toko harian maju saiyo sudah ada sejak tahun 2003 yang terletak di persimpangan 4 jalan muhajirin, kecamatan Tampan. Pemilik toko ini bernama Bapak Sofyan Peri Ardianto, karyawan pada toko ini berjumlah 7 orang, toko ini menjual kebutuhan sehari-hari berupa sembako. Untuk saat ini toko harian maju saiyo mempunyai 3 cabang dan menjual produk yang sama, dengan letak yang strategis dan mudah dijangkau toko ini tidak sepi pembeli mulai dari jam 05 pagi hingga jam 8 malam. Sejauh yang di amati toko ini akan banyak di kunjungi pembeli pada pagi dan sore harinya.

Setiap harinya toko ini selalu banyak konsumen yang berbelanja karena selain harga yang murah dan terjangkau produk yang di jual lengkap dan sangat sesuai dengan kebutuhan sehari-hari konsumen, toko ini juga mempermudah konsumen dalam berbelanja karena kelengkapan produk yang di jual konsumen tidak perlu membeli ke toko lain untuk kebutuhan sehari-hari cukup satu toko semua produk sudah tersedia dengan itu konsumen akan merasa lebih efisien, dilihat dari kualitas produk yang

di jual di toko ini untuk produk sayur, ikan ayam dan santan di beli konsumen dalam keadaan baik, harga yang ditawarkan cukup murah.

Seiring dengan perkembangan jaman, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran modern. Bisnis eceran modern atau bisa di sebut pedagang eceran semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari

Kualitas produk dan harga sangat erat hubungannya dengan kepuasan konsumen, kepuasan konsumen merupakan hasil yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menimbulkan suatu penilaian tersendiri dari konsumen yang dapat merasakan hasil dari jasa yang kita berikan. Kepuasan menurut Kotler dan Keller (2008:139) adalah perasaan senang dan kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Tabel 1 Data penjualan perbulan toko harian Maju Saiyo dari Januari sampai Desember 2019

No	Bulan	Penjualan (rupiah)
1	Januari	150.000.000
2	Februari	165.000.000
3	Maret	180.000.000
4	April	175.000.000
5	Mei	147.000.000
6	Juni	168.000.000
7	Juli	130.000.000
8	Agustus	145.000.000
9	September	185.000.000

10	Oktober	125.000.000
11	November	158.000.000
12	Desembar	171.500.000

Sumber data :Toko harian maju saiyo

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko pendapatan perbulan yang di hasilkan oleh toko harian maju saiyo adalah pada tabel di atas terjadi ketidak stabilan pendapatan setiap bulanya,namun itu hanya pendapatan pada hasil sayuran dan sembako ,belum termasuk pendapatan dari hasil ikan, ayam, santan dan sembako.

Menurut pemilik toko kemungkinan terjadi ketidakstabilan di karenakan naiknya harga barang barang harian terutama sembako pada awal tahun 2019. Untuk mempertahankan harga jual yg dapat terjangkau oleh konsumen pemilik toko melakukan penambahan cabang toko agar harga yang di jual tetap sesuai dengan harga pasaran yang beredar,sehingga konsumen tidak beralih ke toko lain dan pemilik toko meninjau kembali tentang pelayan, kualitas produk, dan harga untuk mengetahui ketidakstabilan pendapatan pada tahun 2019.

Jumlah karyawan pada toko ini,untuk karyawan yang bekerja bagian sayuran dan sembako 4 orang,sedangkan untuk ayam 1 orang,untuk ikan 1 orang ,untuk santan 1 orang. Untuk sistim gaji,karyawan yang bekerja di bagian sayur dan sembako satu bulan senilai 1.500.000,dan gaji untuk karyawan bagian ayam ,ikan ,santan di hitung per 6 bulan dengan sistim bagi hasil.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan di atas maka perumusan masalah yang di angkat adalah “BagaimanakahKepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Harian Maju Saiyo, di Pekanbaru“

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian di dasarkan pada perumusan masalah yang telah di paparkan di atas: untuk mengetahui dan menganalisis Kepuasan Konsumen Berbelanja di Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru.

1.3.2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Pemilik toko

Penelitian ini di harapkan dapat di gunakan oleh pemilik toko sebagai bahan pertimbangan dan informasi untuk mengetahui hal-hal yang menyebabkan ketidakstabilan penjualan dan optimalisasi untuk kepuasan konsumen.

b. Bagi Peneliti

Sebagai saran untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang bisnis,terutama bisnis ritel.

c. Bagi referensi

Sebagai referensi penelitian selanjutnya yang akan meneliti pada bidang yang sama.

1.4. Sistematika Penulisan

Daftar isi yang di rencanakan akan terbagi menjadi enam bab,dimana masing masing bab terdiri dari sub bab dan sub sub bab. Adapun garis besar sistematika penulisanya adalah sebagai berikut :

BAB 1 :PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah,tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pada bab ini akan menguraikan teori-teori yang berkaitan analisis kepuasan konsumen di lengkapi juga dengan penelitian terdahulu serta hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas produk, harga dan pelayanan.

BAB III :METODE PENLITIAN

Pada bab ini akan di uraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian,operasional variabel,populasi dan sampel,jenis dan sumber data,teknik dan pengumpulan data,dan diakhiri dengan teknik analisis

BAB IV :GAMBARAN UMUM ORGANISASI

Pada bab ini memuat gambaran singkat keadaan lapangan (lokasi penelitian) visi dan misi, struktur, serta gambaran aktifitas di tempat penelitian.

BAB V :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan memaparkan hasil penelitian serta pembahasannya sesuai dengan variabel-variabel yang telah ditentukan dalam penulisan.

BAB VI :KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir akan memuat kesimpulan dan saran berdasarkan Hasil penelitian.



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

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:p196).

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 shopper) 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. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada

dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.

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 pelayanan

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 pelanggannya.
- b) Terbentuknya peluang

- c) Terciptanya loyalitas pelanggan
- d) Terjadinya rekomendasi dari 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 kulaitas yang baik sesuai dengan harapan konsumen. Tujuanya 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 ketahan, 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 di sebut pedagang eceran semakin terasa keberadaanya 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. Releability (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 di inginkan. Pada dasarnya, setiap produk memiliki standar atau spesifikasi yang telah di tentukan.

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 di sediakan 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 konsuemen untuk manfaat memiliki atau kegunaan produk. Kotlerr 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.

Persepsi harga dalam perspektif islam :(Imam Abu Daud meriwayatkan dari abu hurairah yang mengatakan) :“Bahwa ada

seorang laki –laki datang lalu datang lalu berada, “Wahai rasullulah saw tetapkanlah harga ini, beliau menjawab “ (tidak) justru biarkan saja “kemudian beliau didatangkan laki –laki yang lain lalu mengatakan “wahai rasullulah saw, tetapkanlah harga ini, beliau mengatakan “(tidak) tetapi allah lah yang berhak menurunkan dan menaikkan “

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 di janjikan 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 di janjikan 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.

2.3. Penelitian Terdahulu

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Mulyeni fitri jammaludin, Chenzy wm vermila	Analisis kepuasan konsumen terhadap produk sembako pada mini market juan kecamatan benai, kabupaten kuantan singingi	Kualitatif dan Kuantitatif	Konsumen sudah merasa puas dengan produk sembako pada minimarket juan
2	Vina mandasari, Bayu adhitama	Analisis kepuasan konsumen terhadap restoran cepat saji melalui pendekatan data mining	Analisis Kuantitatif	suasana restoran dan harga berkaitan erat dalam menciptakan kepuasan konsumen
3	Iwan Kesuma Sihombing, Ika Saridewi, Aqalili Astika	Analisis kepuasan konsumen pada pasar tradisional sebagai dampak dari revitalisasi pasar tradisional di Kota Medan	Kuantitatif dengan importance performance analisis (IPA)	produk yang di tawarkan sangat baik dan area pasar yang cukup luas
4	Budi susila, Ujang sumarwan, Kibrandoko	Analisis kepuasan konsumen terhadap brand switching behavior minuman teh dalam kemasan	Analisis Kuantitatif	Pelayanan yang di angap penting untuk kepuasan konsumen
5	Trijoko wibowo dan Muhamad nurul ardhi	Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada minimarket sk	Analisis kuantitatif	kesenjangan antara persepsi dan harapan diketahui beberapa atribut masih bernilai negatif

2.4. Hipotesis

Berdasarkan perumusan dan tujuan yang telah di paparkan, maka hipotesis yang dirumuskan “ **Di Duga Kepuasan Konsumen Berbelanja pada Toko Harian Maju Saiyo, di Pekanbaru sudah maksimal** “



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian di jalan simpang 4 Muhajirin Kecamatan Tampan ,Sidomulyo Barat, Pekanbaru. Penelitian ini di fokuskan kepada kepuasan konsumen yang berbelanja pada Toko Harian Maju Saiyo.

3.2. Operasional Variabel

Tabel 3 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none">Kualitas ProdukHarga	<ul style="list-style-type: none">Produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segarKelengkapan produk yang di jualKetersedian jumlah produkDaya tahan produkKeterjangkauan hargaKesesuaian harga dan kualitas produkDaya saingKesesuaian harga dengan manfaat produkKebersihan lokasi tokoPenanganan keluhan konsumenKesopanan dan keramahan karyawanKecepatan karyawan dalam melayani konsumenKeamanan transaksi	Ordinal

	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Pelayanan 	pembayaran	
--	--	------------	--

3.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono (2018: 130), mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen toko harian maju saiyo.

Pada penelitian ini populasi yang di ambil adalah seluruh konsumen yang berbelanja pada toko harian maju saiyo.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (sugiyono, 2013: 118). Sampel yang di pakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada.

Maka dalam penelitian ini teknik yang di gunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *Purposive sampling* berdasarkan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, sampel yang di ambil adalah para konsumen toko harian maju saiyo bila di pandang orang yang ditemui

cocok sebagai sumber data. Pertimbangan yang dilakukan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- 1.Semua konsumen Toko Harian Maju Saiyo baik pria atau wanita.
2. konsumen minimal berusia 18 tahun.

Menurut Sugiyono (2010) Purposive Sampling adalah teknik untuk melakukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif. Penentuan jumlah sampel peneliti berdasarkan pada pernyataan Roscoe dalam Sugiyono(2011:90) yang menyatakan jumlah sampel yang layak untuk penelitian adalah berkisar antara 30 sampai 500. Pada penelitian ini dengan beberapa pertimbangan peneliti mengambil sampel sebanyak 50 orang yang memenuhi kriteria.

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sifatnya, yaitu data kuantitatif dalam penelitian ini dalam bentuk tabulasi data yang dilaksanakan berdasar dari jawaban atas kuesioner yang telah dibagikan. Pada pengujian berikut data berwujud data keluhanan pelanggan, dan juga jawaban yang telah diutarakan responden pada kuesioner yang diberikan. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data dari hasil penyebaran kuesioner. Data sekunder pada penelitian ini adalah data-data olahan yang diperoleh dari berbagai sumber seperti laporan dan data keluhan pelanggan, literature penelitian terdahulu, buku-buku, internet.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan mengambil sampel dari satu populasi Metode deskriptif dapat diartikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi, gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena, atau untuk menentukan frekuensi distribusi suatu gejala atau frekuensi adanya hubungan tertentu antara suatu gejala dengan gejala lain.(Sofar dan Widiyono,2013: 53).

Pada Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan dan mengumpulkan fakta-fakta yang terjadi di Toko Harian Maju Saiyo, dengan adanya data-data yang dikumpulkan peneliti akan mengidentifikasi masalah yang terjadi lalu mencari kebenaran tentang hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen Pada Toko Harian Maju Saiyo. Sehingga peneliti akan mendapat informasi penting yang dapat bermanfaat untuk penelitian dan sekitarnya.

3.5. Teknik Pengambilan Data

1) Interview (Wawancara)

Interview digunakan sebagai teknik pengambilan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.(Sugiyono, 2014: 317).

Teknik wawancara ini dilakukan pada konsumen yang berbelanja di toko harian maju saiyo digunakan untuk mengetahui lebih dalam tentang kepuasan konsumen berbelanja di toko tersebut.

2) Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2011:199-203), angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Pada penelitian ini digunakan angket sebagai alat pengumpul data untuk mendapatkan data tentang hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen di toko harian maju saiyo.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Pada penelitian ini, kuesioner diberikan kepada konsumen toko harian maju saiyo mengenai kepuasan pelanggan. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena social. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan cara regresi linear berganda. Analisis ini dipakai untuk mengetahui ketergantungan suatu variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas.

3.6. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan upaya atau cara untuk mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut bisa di pahami dan

bermanfaat untuk solusi permasalahan, terutama masalah yang berkaitan dengan penelitian

Menurut Sugiyono (2017 :275) analisis regresi liner berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramal bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi)

Analisa Koefisien Korelasi (R) Menurut Danang Sunyoto (2013:57), analisa korelasi adalah untuk menguji apakah dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan yang kuat atau tidak kuat, apakah hubungan tersebut positif atau negatif.

Analisa Koefisien Determinasi (R^2) menurut Sugiyono (2013:207), untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan koefisien determinasi yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%).

3.7. Teknik analisis data

a) Uji Validitas

Validitas untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan (Koesioner). dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai r hitung dari variabel penelitian

dengan r tabel dengan kriteria berikut: Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataannya dinyatakan Valid. Namun, jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataannya dinyatakan Tidak Valid.

b) Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Pernyataan ditentukan reabilitasnya dengan kriteria berikut: Jika r alpha positif atau $>$ dari r tabel maka pernyataan dinyatakan Reliabel. Namun, Jika r alpha negatif atau $<$ dari r tabel maka pernyataan dinyatakan Tidak Reliabel.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat Toko Harian Maju Saiyo

Toko harian maju saiyo merupakan salah satu toko yang menyediakan kebutuhan sehari-hari berupa sembako. Toko harian maju saiyo atau lebih di kenal dengan nama toko Edi di dirikan oleh bapak Sofyan peri ardinata pada tanggal 21 januari tahun 2003, yang berada di jalan Muhajirin, kecamatan Tampan, Sidomulyo Barat, Pekanbaru. Pada mulanya usaha ini di kelola oleh bapak edi dengan 3 saudaranya, awalnya pak edi mulai membuka usahan dengan menjual ayam potong sedikit demi sedikit dan banyaknya permintaan konsumen untuk melengkapi kebutuhan sehari-hari pak edi mulai menambah luas tokonya dan melengkapi dengan produk sembako.

Atas bantuan ketiga saudaranya pak Edi berniat untuk lebih membesarkan usahanya dengan menambahkan menjual ikan dan santan, toko pak Edi termasuk toko yang terlengkap dan besar yang ada di Jalan Muhajirin. Omset yang tiap tahun meningkat pak edi menambah jumlah karyawannya berjumlah 6 orang, pada saat ini toko Pak Edi memiliki 3 cabang. Toko pertama di jalan Rowo Bening yang di kelola oleh istrinya toko ke dua di Jalan Karya, Marpoyan damai, toko ke tiga di jalan Melur. Toko harian maju saiyo banyak diminati oleh konsumen selain tempatnya yang strategis berada di persimpangan 4. Toko harian maju saiyo juga menyediakan kebutuhan sehari-hari yang lengkap.

4.2. VISI DAN MISI

VISI

Menjadikan toko yang unggul dibandingkan dengan toko yang lain baik dari segi produk, harga dan yang lain, sehingga banyak diminati oleh masyarakat atau konsumen.

MISI

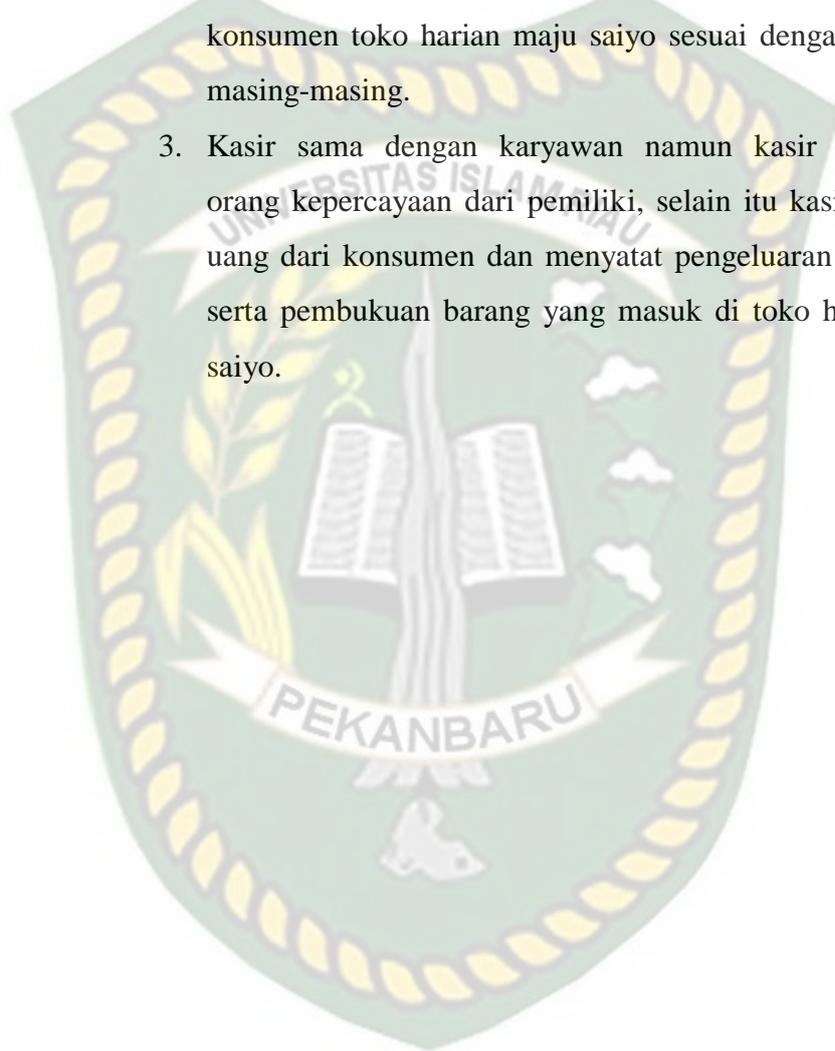
1. Mempertahankan harga yang relatif terjangkau.
2. Meningkatkan pelayanan untuk kenyamanan konsumen dalam berbelanja.
3. Mengutamakan kepuasan konsumen untuk mencapai kemajuan sehingga meningkatkan profit.

Gambar 1 Struktur Toko Harian Maju Saiyo



Untuk mengetahui masing-masing tugas dari struktur di atas berikut uraiannya :

1. Pemilik sekaligus pengelola di toko harian maju saiyo.
2. Karyawan di bagi atas beberapa bagian yaitu karyawan ayam, sayur, santan, dan ikan yang tugasnya melayani konsumen toko harian maju saiyo sesuai dengan bagianya masing-masing.
3. Kasir sama dengan karyawan namun kasir merupakan orang kepercayaan dari pemilik, selain itu kasir menerima uang dari konsumen dan menyatat pengeluaran setiap hari serta pembukuan barang yang masuk di toko harian maju saiyo.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Identifikasi Responden

Sebelum membahas hasil penelitian pada kali ini, terlebih dahulu menjelaskan identitas responden. Adapun yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen toko harian maju saiyo pekanbaru. Yaitu yang berjumlah sebanyak 50 orang. Adapun identitas dari responden ini memiliki beberapa kriteria seperti umur, jenis kelamin, dan pendidikan terakhir.

5.1.1. Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

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

Tabel 5.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Umur

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%
	TOTAL	50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.1 diatas menunjukkan bahwa umur responden tersebar di berbagai macam kategori umur. Umur responden yang paling didominasi pada umur 18-25 Tahun sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 36%, umur 31-35 Tahun 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 harian maju saiyo 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 harian maju saiyo pekanbaru. Hal tersebut tak terlepas dari lengkapnya barang kebutuhan yang dijual oleh toko harian maju saiyo pekanbaru.

5.1.2. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Tabel 4.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase %
1	Laki-Laki	11	22%
2	Perempuan	39	78%
	TOTAL	50	100%

Sumber: Data olahan 2020

Dari tabel 5.2 diatas menunjukkan bahwa pada Toko harian maju saiyo konsumen didominasi oleh konsumen 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 harian maju saiyo 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.

5.1.3. Identifikasi Responden 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 5.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	SMP	4	8%
2	SMA	23	46%
3	SMK	17	34%
4	MAN	6	12%
	TOTAL	50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.3 diatas menunjukkan bahwa komposisi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para konsumen toko harian maju saiyo didominasi pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 46%, SMK sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 34%, MAN sebanyak 6 orang dengan persentase 12%, dan SMP sebanyak 4 orang dengan persentase 8%. 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 harian maju saiyo pekanbaru.

5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terdahulu dilakukan uji validitas. Pengujian validitas dilakukan pada satu variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel Kepuasan Konsumen. Teknik yang dipakai yaitu melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Berikut adalah hasil dari pengujian penelitian yang dimasukkan kedalam uji validitas :

Tabel 5.4 Uji Validitas

	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Kepuasan Konsumen	1	0,524	0,278	Valid
	2	0,660	0,278	Valid
	3	0,690	0,278	Valid
	4	0,401	0,278	Valid
	5	0,418	0,278	Valid
	6	0,648	0,278	Valid
	7	0,722	0,278	Valid
	8	0,673	0,278	Valid
	9	0,515	0,278	Valid
	10	0,383	0,278	Valid
	11	0,533	0,278	Valid

	12	0,724	0,278	Valid
	13	0,416	0,278	Valid

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.4 diatas nilai r-hitung yang kurang dari r-tabel menunjukkan bahwa pertanyaan tidak mampu mengukur variabel yang ingin diukur, dan apabila r-hitung > r-tabel maka pertanyaan tersebut valid. Dapat dilihat dari hasil tabel menunjukkan bahwa nilai korelasi dari tiap skor butir pertanyaan variabel yang ada dalam penelitian di atas r-tabel yaitu 0,278 yang berarti valid. Artinya semua item pertanyaan mampu mengukur variabel Kepuasan Konsumen.

Adapun nilai r-tabel didapatkan sebagai berikut :

$$df = (N-2)$$

$$df = (50-2)$$

$$df = (48)$$

$$df = 0,278$$

keterangan :

df = degree freedom / derajat bebas

N = banyaknya sampel

5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistenan jawaban responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel Kepuasan Konsumen. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan formula *Alpha Cronchboach*, dimana hasil pengujian dari uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 5.5 Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	<i>Alpha cronbach's</i>	<i>Critical value</i>	Kesimpulan
Kepuasan Konsumen	0,818	0,600	Reliabel

Sumber: Data olahan 2020

Dari tabel 5.5 diatas menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Instrument dinyatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh paling tidak mencapai 0,600. Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas yang disajikan bahwa menunjukkan nilai koefisien reliabilitas Kepuasan Konsumen $0,818 > 0,600$ sehingga instrument yang semua digunakan dinyatakan reliabel. Artinya semua jawaban responden sudah konsisten dalam menjawab setiap item pertanyaan yang mengukur variabel Kepuasan Konsumen.

5.3. Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja di Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi sebuah bisnis, karena dapat menciptakan komitmen dan loyalitas terhadap suatu produk. Konsumen akan membeli berulang –ulang, karena setelah terciptanya kepercayaan dan pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen baik dari internal maupun eksternal, yaitu kualitas layanan, harga, dan kualitas produk. Hal-hal tersebut yang akan dibahas pada dibawah ini.

5.3.1. Kualitas Produk

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 ketahan, handal, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan.

Pada Toko harian maju saiyo pekanbaru kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan. Karena kualitas produk mempunyai peranan penting dimata konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas baik dibandingkan dengan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginanya. Pemilik toko akan mengontrol barang-barang pagi dan siang untuk memastikan kualitas produk apakah masih layak untuk dikonsumsi oleh konsumen atau tidak. Apabila tidak layak maka akan langsung diasingkan untuk dibuang.

5.3.2. Produk Yang Tersedia Dalam Keadaan Baru dan Segar

Bagi semua pelaku usaha sangat penting untuk memperhatikan ketersediaan produk dalam keadaan baru dan segar. Hal ini tak terlepas demi memenuhi permintaan dari konsumen. Jika tidak memiliki barang yang keadaan baru dan segar maka akan banyak merugikan bagi pelaku usaha karena akan membuat konsumen mencari tempat/toko lain. Maka dari itu pentingnya me manage ketersediaan barang terlebih seperti ikan, ayam, sayuran dan santan. Karena hal-hal tersebut bukanlah yang bersifat tahan lama. Maka dari itu pentingnya memperhatikan ketersediaan barang-barang tersebut. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar adalah sebagai berikut :

Tabel 5.6 Tanggapan Responden Mengenai Produk Yang Tersedia Dalam Keadaan Baru dan Segar

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	36	72%
2	Puas	14	28%
3	Cukup	-	-
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.6 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar pada toko harian maju saiyo bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 36 orang dengan persentase sebesar 72%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 14 orang dengan persentase 28%.

Secara keseluruhan bahwa tentang produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa toko harian maju saiyo sudah sangat baik dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan para konsumennya dengan menyediakan seperti sembako, ikan, ayam, sayuran dan santan yang kualitas baik dan fresh serta dengan jumlah yang banyak. Sebagai contoh pemilik toko selalu cermat dalam berbelanja barang-barang sepereti cabe, bawang, ikan, ayam dan sayuran dari supplier. Pemilik berbelanja barang-barang tersebut disaat beberapa jam sebelum toko harian maju saiyo pekanbaru buka. Sehingga barang-barang yang dijual masih dalam keadaan baru dan segar saat diterima tangan konsumen.

5.3.3. Kelengkapan Produk Yang Dijual

Menurut Kotler (2009:42) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk tetapi non fisik seperti citra dan jasa yang dapat dilihat. Jadi kelengkapan produk merupakan macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merk, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator kelengkapan produk yang dijual adalah sebagai berikut :

Tabel 5.7 Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Produk Yang Dijual

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	33	66%
2	Puas	11	22%
3	Cukup	6	12%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.7 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kelengkapan produk yang dijual pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 66%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 11 orang dengan persentase 22%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 6 orang dengan persentase 12%. Hal ini dikarenakan toko harian maju saiyo pekanbaru tidak menjual seperti sabun, shampo,

kopi,dan lain-lain. Terlebih barang-barang seperti ini juga menjadi kebutuhan yang juga dicari oleh konsumen.

Secara keseluruhan bahwa tentang kelengkapan produk yang dijual berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa toko harian maju saiyo pekanbaru sudah sangat baik dalam memenuhi kebutuhan para konsumennya dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok seperti sembako, lauk-pauk ikan, ayam, sayuran, santan, cabe, bawang dan lain-lainnya dengan jumlah yang banyak. Sehingga konsumen atau masyarakat disekitarnya dimudahkan dengan banyak pilihan untuk membeli kebutuhannya cukup disatu tempat saja tanpa perlu ketempat yang lainnya sehingga efisien.

5.3.4. Ketersediaan Jumlah Produk

Menurut (Conlon dan Mortimer, 2010) Ketersediaan produk adalah suatu faktor yang berkaitan dengan ketersediaan produk ataupun kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut. Bila konsumen merasa akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk, maka konsumen akan berusaha mengingat produk tersebut dan sadar akan produk tersebut. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator ketersediaan jumlah produk adalah sebagai berikut :

Tabel 5.8 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Jumlah Produk

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	19	38%
2	Puas	24	48%
3	Cukup	7	14%
4	Tidak Puas	-	-

5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.8 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai ketersediaan jumlah produk pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 38%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 24 orang dengan persentase 48%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 7 orang dengan persentase 14%. Hal ini dikarenakan konsumen tersebut disaat membeli sayuran, cabe, bawang ikan sudah habis karena konsumen tersebut datangnya terlalu sore. Sementara toko harian maju saiyo pekanbaru tidak berani menyetok barang-barang tersebut berlebih karena tidak tahan lama dan demi menjaga kepuasan konsumen untuk selalu menyediakan kualitas barang yang baru dan segar.

Secara keseluruhan bahwa tentang ketersediaan jumlah produk berada pada kategori Puas. Responden merasa ketersediaan kebutuhan seperti sembako, ikan, ayam, sayuran, cabe, bawang, santan dan lain-lain pada toko harian maju saiyo pekanbaru sudah cukup banyak. Dengan bermacam pilihan tersebut tentu memudahkan konsumen dalam membeli. Sehingga toko harian maju saiyo pekanbaru pun dapat memenuhi kebutuhan untuk masyarakat disekitarnya.

5.3.5. Daya Tahan Produk

Daya tahan produk dikategorikan dari dua faktor yakni antara lain Barang tidak tahan lama (non durable goods) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Sedangkan Barang tahan lama (durable goods) adalah barang berwujud yang biasanya dapat bertahan lama dengan

banyaknya pemakaian. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator daya tahan produk adalah sebagai berikut :

Tabel 5.9 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tahan Produk

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	26	52%
2	Puas	21	42%
3	Cukup	3	6%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.9 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai daya tahan produk pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar 52%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 21 orang dengan persentase 42%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 3 orang dengan persentase 6%. Hal ini dikarenakan seperti ikan dan sayur yang dijual toko harian maju saiyo pekanbaru tidak tahan lama untuk dijual sehari-hari. Terlebih ikan dan sayuran terkadang ada hari dimana tidak selalu habis. Apalagi konsumen selalu menginginkan ikan dan sayuran yang baru dan segar, apabila sudah sehari-hari konsumen berfikir dua kali untuk membelinya.

Secara keseluruhan bahwa tentang daya tahan produk berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa daya tahan barang-barang yang dijual toko harian maju saiyo pekanbaru sudah sangat baik, toko sangat menjaga dan mengontrol kondisi setiap produk dijual nya seperti ikan, ayam dan sayuran yang mana barang-barang tersebut tidak tahan lama. Toko akan hanya menjual pada 1 hari itu saja

untuk barang tersebut. Kemudian di cek kembali apakah masih layak atau tidak untuk dijual pada keesokan hari. Toko tidak memaksakan untuk menjual barang tersebut untuk esok harinya. Apabila tidak memungkinkan maka akan membuangnya demi menjaga kualitas barang yang dijual dan kepuasan konsumen.

5.3.6. Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru

Tabel 5.10 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Produk Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru

Dimensi	Indikator	Klasifikasi jawaban					Total skor
		5	4	3	2	1	
Kualitas Produk	Produk Yang Tersedia Dalam Keadaan Baru dan Segar	36	14	-	-	-	
	Bobot Nilai	180	56	-	-	-	236
	Kelengkapan Produk Yang Dijual	33	11	6	-	-	
	Bobot Nilai	165	44	18	-	-	227
	Ketersediaan Jumlah Produk	19	24	7	-	-	
	Bobot Nilai	95	96	21	-	-	212
	Daya Tahan Produk	26	21	3	-	-	
Bobot Nilai	130	84	9	-	-	223	
Total Skor						898	

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.10, diatas dapat dilihat mengenai rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru dapat dilihat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada indikator produk yang tersedia dalam keadaan segar dan baru dengan skor 236. Maksudnya adalah toko harian maju saiyo pekanbaru dalam menyediakan barang-barangnya seperti sembako, ikan, ayam, sayuran, cabe, bawang, santan dan lain-lain selalu menyediakan kualitas yang baik, keadaan yang fresh dan baru

diambil beberapa jam dari supplier pusat. Hal tersebut agar konsumen mendapatkan kualitas yang terbaik, sehingga apa yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan yang didapatkan. Dengan begitu tentu akan membuat konsumen puas dengan toko harian maju saiyo pekanbaru.

Sedangkan skor terendah yaitu pada indikator ketersediaan jumlah produk dengan skor 212. Maksudnya adalah toko harian maju saiyo pekanbaru tidak bisa menyediakan cabe, bawang, ikan, dan sayuran dengan jumlah yang lebih dari biasanya. Karena barang tersebut tidak tahan lama dan terlebih apabila barang tersebut tidak habis atau tersisa ketika barang tersebut dijual kembali di hari berikutnya tentu konsumen berfikir dua kali untuk membelinya. Toko harian maju saiyo pekanbaru juga berpedoman selalu memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumennya.

Dapat dilihat jumlah total skor sebesar **898**. Berikut dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Maksimal} \quad \Rightarrow 4 \times 5 \times 50 = 1000$$

$$\text{Nilai Minimal} \quad \Rightarrow 4 \times 1 \times 50 = 200$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{1000 - 200}{5} = \frac{800}{5} = 160$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru, maka dapat ditentukan dibawah ini :

$$\text{Sangat Puas} \quad = 841 - 1000$$

$$\text{Puas} \quad = 681 - 840$$

$$\text{Cukup} \quad = 521 - 680$$

$$\text{Tidak Puas} \quad = 361 - 520$$

Sangat Tidak Puas = 200 – 360

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk yang terdiri dari produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar, kelengkapan produk yang dijual, ketersediaan jumlah produk dan daya tahan produk pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru tergolong Sangat Puas dengan skor 898 poin yang berada pada rentang 841 – 1000 dengan kriteria Sangat Puas.

5.3.7. Harga

Menurut Alma (2006) harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang, kemudian harga ini ada yang bersifat tetap dan ada pula yang dicapai dengan harga tawar menawar. Sehingga harga memiliki fungsi sebagai alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, menentukan jumlah barang yang akan diproduksi dan pembagiannya kepada konsumen.

5.3.8. Keterjangkauan Harga

Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal. Jadi harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karna harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator keterjangkauan harga sebagai berikut :

Tabel 5.11 Tanggapan Responden Mengenai Keterjangkauan Harga

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	28	56%
2	Puas	22	44%
3	Cukup	-	-
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.11, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai keterjangkauan harga pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 28 orang dengan persentase sebesar 56%, dan yang menyatakan Puas sebanyak 22 orang dengan persentase 44%.

Secara keseluruhan bahwa tentang keterjangkauan harga berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa harga-harga barang yang ditawarkan oleh toko harian maju saiyo pekanbaru dapat dengan mudah terjangkau dari segala jenis tingkatan konsumen.

Harga yang ditawarkan pun sama dan tidak berbeda dengan toko yang lain bahkan pasar. Dapat dilihat juga dari identifikasi resonden berdasarkan umur, dimana berbagai kategori umur yang berbelanja pada toko harian maju saiyo. Dapat diartikan juga harga-harga barang pada toko harian maju saiyo dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen.

5.3.9. Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk

Harga dapat menunjukkan kualitas suatu dari produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka akan semakin tinggi kualitas dari suatu produk tersebut. Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan positif antara harga dan kualitas dari suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator kesesuaian harga dan kualitas produk sebagai berikut :

Tabel 5.12 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	31	62%
2	Puas	15	30%
3	Cukup	4	8%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.12, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dan kualitas produk pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 62%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 15 orang dengan persentase 30%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 4 orang dengan persentase 8%. Hal ini dikarenakan terjadinya ketidaksabilan harga pasaran pada sembako yang sewaktu-waktu bisa naik, serta apabila harga bbm naik maka harga pun akan naik. Sehingga

nilai yang dikeluarkan dengan kualitas yang didapatkan pun berbeda. Contohnya terjadi pada produk cabe yang mana harga cabe naik di karenakan faktor gagal panen akibat bencana alam atau tingginya permintaan yang tidak bisa di penuhi oleh petani cabe sehingga pemasok menaikkan harga dengan itu adakalanya konsumen mendapatkan harga yang cukup mahal

Secara keseluruhan bahwa tentang kesesuaian harga dan kualitas produk berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa harga yang ditawarkan oleh toko harian maju saiyo pekanbaru sesuai dengan kualitasnya. Terlebih toko harian maju saiyo selalu berusaha memberikan kualitas barang-barang yang terbaik, baru dan segar untuk para konsumennya. Sehingga harga yang dibayarkan pun sesuai dengan kualitas yang didapatkan. Dengan begitu konsumen merasa puas berbelanja kebutuhan pokoknya pada toko harian maju saiyo pekanbaru.

5.3.10. Daya Saing

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. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator daya saing sebagai berikut :

Tabel 5.13 Tanggapan Responden Mengenai Daya Saing

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	28	56%
2	Puas	18	36%
3	Cukup	4	8%
4	Tidak Puas	-	-

5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.13, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai daya saing pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 28 orang dengan persentase sebesar 56%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 18 orang dengan persentase 36%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 4 orang dengan persentase 8%. Hal ini dikarenakan seperti ada beberapa toko lain disekitar toko harian maju saiyo, yang menjual barang sedikit lebih murah. Selisihnya Rp. 1500, hal ini terkadang yang membuat konsumen mencari barang tersebut ke toko lain dikarenakan faktor selisih harga. Namun balik lagi harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen.

Secara keseluruhan bahwa tentang daya saing berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa harga yang ditetapkan oleh toko harian maju saiyo pekanbaru sudah cukup bersaing dengan toko lainnya yang sejenis, 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 harian maju saiyo serta kualitas barang yang baik dan kebersihan toko yang membuat konsumen lebih memilih berbelanja pada toko harian maju saiyo pekanbaru.

5.3.11. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk

Menurut Kotler dan Keller (2008:136) nilai manfaat produk adalah pelanggan memperkirakan tawaran mana yang akan menghantarkan nilai anggapan tertinggi dan bertindak atas dasar perkiraan tersebut. Sesuai atau tidaknya suatu penawaran

dengan harapan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan besarnya probabilitas bahwa pelanggan akan membeli produk itu lagi. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk sebagai berikut :

Tabel 5.14 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	22	44%
2	Puas	22	44%
3	Puas	6	12%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.14, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dengan manfaat produk pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar 44%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 22 orang dengan persentase 44%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 6 orang dengan persentase 12%. Hal ini dikarenakan ada beberapa barang yang harganya sedikit mahal dari toko lain, yang membuat konsumen terkadang malah membeli barang tersebut pada toko lain. Hal ini tak terlepas dikarenakan dari harga distributor/supplier yang terkadang naik, sehingga menyebabkan kurangnya manfaat dari harga yang sudah dibayarkan konsumen. Namun hal seperti itu umumnya biasa, dan itu hanya terjadi pada beberapa jenis barang saja.

Secara keseluruhan bahwa tentang kesesuaian harga dengan manfaat produk berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa toko harian maju saiyo pekanbaru memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar karena diberi kemudahan untuk membeli barang-barang kebutuhan pokok yang mana harus dicari di pasar. Sehingga responden tidak perlu jauh-jauh lagi ke pasar untuk berbelanja kebutuhan dapur. Cukup ke toko harian maju saiyo yang dekat. Lebih menghemat waktu dan tenaga. Dari segi kualitas produk yang ditawarkan pun tidak kalah dengan produk di pasar pada umumnya.

5.3.12. Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harga Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru

Tabel 5.15 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Harga Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru

Dimensi	Indikator	Klasifikasi jawaban					Total skor
		5	4	3	2	1	
Harga	Keterjangkauan Harga	28	22	-	-	-	
	Bobot Nilai	140	88	-	-	-	228
	Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk	31	15	4	-	-	
	Bobot Nilai	155	60	12	-	-	227
	Daya Saing	28	18	4	-	-	
	Bobot Nilai	140	72	12	-	-	224
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk	22	22	6	-	-	
Bobot Nilai	110	88	18	-	-	216	
Total Skor						895	

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.15, diatas dapat dilihat mengenai rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen berdasarkan harga pada toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru dapat dilihat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada indikator keterjangkauan harga dengan skor 228. Maksudnya adalah barang-barang yang dijual pada toko harian maju saiyo pekanbaru harganya dapat dengan mudah

dijangkau oleh semua golongan konsumen. Toko berusaha untuk menyamakan harga barang-barang kebutuhan tersebut dengan harga di pasaran terlebih karena tempat supplier barangnya pun sama.

Hal ini juga yang membuktikan disetiap hari toko harian maju saiyo pekanbaru selalu ramai dikunjungi oleh konsumen. Contohnya dapat dilihat dari identifikasi responden berdasarkan umur dapat dilihat berbagai macam kategori umur yang berbelanja kebutuhan pada toko harian maju saiyo. Hal ini menggambarkan berarti barang-barang yang dijual pada toko terjangkau segala golongan konsumen.

Sedangkan skor terendah yaitu pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk dengan skor 216. Maksudnya hal ini dikarenakan ada harga beberapa barang yang mahal disebabkan dari distributor/supplier yang terkadang naik, sehingga menyebabkan kurangnya manfaat produk tersebut dari harga yang sudah dibayarkan konsumen. Namun hal seperti itu umumnya biasa, dan itu hanya terjadi pada beberapa jenis barang saja. Hal ini lumrah karena konsumen selalu menginginkan harga yang murah namun kualitas bagus. Pemilik pun melakukan upaya dengan memberikan pemahaman kepada konsumen agar dapat memahami kenapa barang tersebut harga nya naik.

Dapat dilihat jumlah total skor sebesar **895**. Berikut dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Maksimal} \quad \Rightarrow 4 \times 5 \times 50 = 1000$$

$$\text{Nilai Minimal} \quad \Rightarrow 4 \times 1 \times 50 = 200$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{1000 - 200}{5} = \frac{800}{5} = 160$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kepuasan konsumen berdasarkan harga pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru, maka dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat Puas	= 841– 1000
Puas	= 681–840
Cukup	= 521–680
Tidak Puas	= 361–520
Sangat Tidak Puas	= 200 – 360

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan harga yang terdiri dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan kualitas produk, daya saing, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru tergolong Sangat Puas dengan skor 895 poin yang berada pada rentang 841 – 1000 dengan kriteria Sangat Puas.

5.3.13. Kualitas Pelayanan

Menurut Alma (2007:286) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu cara kerja suatu perusahaan/organisasi yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan oleh 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.

5.3.14. Kebersihan Lokasi Toko

Menurut Aritonang (2005) di dalam menentukan kepuasan pelanggan mengenai tempat usaha, faktor kebersihan juga memiliki pengaruh yang sangat besar sekali karena pelanggan dimanapun juga memiliki keinginan yang sama dimana makanana, memasak, bahan makanan, pengelolaan, serta tempatnya harus benar-

benar bersih, sehat dan terbebas dari kuman penyakit dan kotoran. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator kebersihan lokasi toko sebagai berikut :

Tabel 5.16 Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Lokasi Toko

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	32	64%
2	Puas	13	26%
3	Cukup	5	10%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.16, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kebersihan lokasi toko pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 64%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 13 orang dengan persentase 26%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 5 orang dengan persentase 10%. Hal ini dikarenakan dari beberapa konsumen mengeluhkan bau dari tempat ayam tersebut agar lebih dibersihkan atau diberi pewangi untuk mengurangi dari aroma nya yang kadang megganggu beberapa konsumen yang sangat mengganggu disaat berbelanja.

Secara keseluruhan bahwa tentang kebersihan lokasi toko berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa kebersihan pada toko harian maju saiyo pekanbaru sudah sangat bagus. Pemilik toko selalu berusaha menjaga kebersihan disaat buka pagi, siang, sore dan malam disaat tutup. Tidak itu saja, disaat senggang atau ramai konsumen pun apabila keadaan toko terlihat berantakan atau kotor. Pemilik masih

mengusahakan membersihkan dan merapikan demi menjaga keadaan toko untuk terus terlihat rapih dan bersih. Sehingga saat konsumen berbelanja suasananya enak dipandang mata oleh konsumen.

5.3.15. Penanganan Keluhan Konsumen

Menurut Tjiptono (2005) keluhan adalah secara sederhana bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Perusahaan bisa mengumpulkan keluhan pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir keluhan pelanggan, survey, maupun secara langsung. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator penanganan keluhan konsumen sebagai berikut :

Tabel 5.17 Tanggapan Responden Mengenai Penanganan Keluhan Konsumen

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	24	48%
2	Puas	21	42%
3	Cukup	5	10%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.17, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai penanganan keluhan konsumen pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 24 orang dengan persentase sebesar 48%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 21 orang dengan persentase 42%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 5 orang dengan persentase 10%. Hal ini dikarenakan dari beberapa konsumen ada keluhannya yang kurang dilayani atau didengar oleh pemilik toko. Seperti keluhan akan bau dari tempat ayam yang

mengganggu beberapa konsumen. Hal lain juga keluhan akan mahalny suatu harga barang, sementara di tempat lain sedikit lebih murah.

Secara keseluruhan bahwa tentang penanganan keluhan konsumen berada pada kategori Sangat Puas. Responden merasa keluhan mereka disaat berbelanja sudah diatasi dengan sebaik mungkin. Misal jika ada konsumen yang mengeluhkan produk cacat atau exp maka pihak toko langsung mengganti dengan produk yang baru dan baik. terlebih toko harian maju saiyo sangat menjunjung tinggi kepuasan dari konsumen.

5.3.16. Kesopanan dan Keramahan Karyawan

Menurut Antoro (2010:3) Sopan adalah perilaku individu yang menjunjung tinggi nilai-nilai menghormati, menghargai, tidak sombong dan berakhlak mulia. Perwujudan dari sikap sopan santun ini adalah perilaku yang menghormati orang lain melalui komunikasi yang menggunakan bahasa yang tidak meremehkan atau merendahkan orang lain.

Ramah adalah sikap santun terhadap semua orang agar orang lain merasakan kenyamanan dan perasaan senang saat bersama kita. Bersikap ramah dan baik ternyata belum cukup bagi karyawan dalam melaksanakan tugasnya. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator kesopanan dan keramahan karyawan sebagai berikut :

Tabel 5.18 Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan dan Keramahan Karyawan

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	21	42%
2	Puas	22	44%
3	Cukup	7	14%
4	Tidak Puas	-	-

5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.18, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kesopanan dan keramahan karyawan pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 42%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 22 orang dengan persentase 44%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 7 orang dengan persentase 14%. Hal ini dikarenakan dari beberapa konsumen merasa masih kurang senyum, keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja. Seperti disaat sepi ataupun jam sibuk. Masih terdapatnya respon yang cuek pada konsumen saat konsumen berbelanja. Seharusnya karyawan toko aktif dan cepat respon dalam melayani konsumen, tidak melihat dari beberapa banyak dan apa yang dibeli konsumen baru bergerak membantu.

Secara keseluruhan bahwa tentang kesopanan dan keramahan karyawan berada pada kategori Puas. Responden merasa perilaku karyawan toko dalam melayani konsumen sejauh ini yang di berikan cukup bagus dan memuaskan, dimana mereka melayani konsumen satu persatu tanpa ada membeda-bedakan konsumen. Selalu murah senyum, menggunakan tutur kata yang baik, ramah dan sopan disaat melayani konsumen.

5.3.17. Kecepatan Karyawan Dalam Melayani Konsumen

Menurut Tjiptono (2007) Kecepatan pelayanan yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan. Kecepatan pada umumnya menjadi indikator dari kualitas pelayanan

yang kualitas pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator kecepatan karyawan dalam melayani konsumen sebagai berikut :

Tabel 5.19 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Karyawan Dalam Melayani Konsumen

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	29	58%
2	Puas	18	36%
3	Cukup	3	6%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.19, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai kecepatan karyawan dalam melayani konsumen pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 29 orang dengan persentase sebesar 58%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 18 orang dengan persentase 36%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 3 orang dengan persentase 6%. Hal ini dikarenakan dari beberapa konsumen merasa masih kurang cepat respon dan gesit karyawan toko dalam melayani konsumen, seperti membiarkan konsumen mengambil, membungkus, dan menimbang sendiri barang yang diinginkan.

Secara keseluruhan bahwa tentang kecepatan karyawan dalam melayani konsumen berada pada kategori Puas. Responden merasa respon karyawan toko

dalam melayani sudah sangat cepat dan baik. begitu konsumen masuk kedalam toko, karyawan langsung menghampiri dan menanyakan apa kebutuhan yang ingin dibelikan. Dengan toko harian maju saiyo memiliki beberapa karyawan tentu lebih memudahkan dalam melayani konsumen. Karena konsumen bisa dilayani secara baik satu persatu.

5.3.18. Keamanan Transaksi Pembayaran

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. Berikut adalah tanggapan responden mengenai indikator keamanan transaksi pembayaran sebagai berikut :

Tabel 5.20 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Bertransaksi Pembayaran

No.	Tanggapan	Frekuensi	Persentase %
1	Sangat Puas	31	62%
2	Puas	12	24%
3	Cukup	7	14%
4	Tidak Puas	-	-
5	Sangat Tidak Puas	-	-
Total		50	100%

Sumber: Data Olahan 2020

Dari tabel 5.20, diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai keamanan bertransaksi pembayaran pada Toko harian maju saiyo pekanbaru bahwa

yang menyatakan Sangat Puas sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 62%, selanjutnya yang menyatakan Puas sebanyak 12 orang dengan persentase 24%, dan yang menyatakan Cukup sebanyak 7 orang dengan persentase 14%. Hal ini dikarenakan terkadang masih dijumpai salah penjumlahan harga belanja konsumen, salah mengembalikan pengembalian uang belanja konsumen. Yang mana apabila konsumen baru sadar akan kekurang disaat dirumah dan kembali toko tidak dapat mengkomplainnya Karena tidak ada bukti. Maka dari itu sudah seharusnya toko harian maju saiyo memakai mesin kasir yang mana akan dapat mempermudah dalam bertransaksi karena ada bukti nyata untuk konsumen yaitu struk. Apabila sewaktu-waktu komplain akan mudah.

Secara keseluruhan bahwa tentang keamanan bertransaksi pembayaran berada pada kategori Puas. Responden merasa sistem pembayaran yang ada pada toko hari maju saiyo pekanbaru sudah cukup baik, karena pada umumnya sama dengan seperti toko lainnya. Namun melihat toko harian maju saiyo 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.

5.3.19. Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru

Tabel 5.21 Rekapitulasi Keseluruhan Jawaban Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru

Variabel	Indikator	Klasifikasi jawaban					Total skor
		5	4	3	2	1	
Kualitas	Kebersihan Lokasi Toko	32	13	5	-	-	

Pelayanan	Bobot Nilai	160	52	15	-	-	227
	Penanganan Keluhan Konsumen	24	21	5	-	-	
	Bobot Nilai	120	84	15	-	-	219
	Kesopanan dan Keramahan Karyawan	21	22	7	-	-	
	Bobot Nilai	105	88	21	-	-	214
	Kecepatan Karyawan Dalam Melayani Konsumen	29	18	3	-	-	
	Bobot Nilai	145	72	9	-	-	226
	Keamanan Transaksi Pembayaran	31	12	7	-	-	
	Bobot Nilai	155	48	21	-	-	224
	Total Skor						1110

Sumber: Data Olahan

Dari tabel 5.21, diatas dapat dilihat mengenai rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru dapat dilihat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada indikator kebersihan lokasi toko dengan skor 227. Maksudnya adalah kebersihan lokasi toko harian maju saiyo sangat-sangat betul diperhatikan dan dijaga dengan baik oleh karyawan dan pemilik. Pemilik selalu membersihkan toko disaat pagi buka, siang, sore, dan malam disaat tutup. Di sela-sela konsumen berbelanja ataupun sesudah pemilik atau karyawan berusaha membersihkan dan merapikan barang-barang yang berserakan untuk tetap terlihat rapih dan bersih dimata konsumen. Dengan begitu tentu konsumen akan merasa senang dan puas saat berbelanja.

Sedangkan skor terendah yaitu pada indikator kesopanan dan keramahan karyawan dengan skor 214. Maksudnya adalah masih kurang senyum, keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja. Seperti disaat sepi ataupun jam sibuk. Masih terdapatnya respon yang cuek pada konsumen saat konsumen berbelanja. Seharusnya karyawan toko aktif dan cepat respon dalam melayani

konsumen, tidak melihat dari beberapa banyak dan apa yang dibeli konsumen baru bergerak membantu.

Dapat dilihat jumlah total skor sebesar **1110**. Berikut dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

$$\text{Nilai Maksimal} \Rightarrow 5 \times 5 \times 50 = 1250$$

$$\text{Nilai Minimal} \Rightarrow 5 \times 1 \times 50 = 250$$

$$\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Item}} = \frac{1250 - 250}{5} = \frac{1000}{5} = 200$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru, maka dapat ditentukan dibawah ini :

$$\text{Sangat Puas} = 1051 - 1250$$

$$\text{Puas} = 851 - 1050$$

$$\text{Cukup} = 651 - 850$$

$$\text{Tidak Puas} = 451 - 650$$

$$\text{Sangat Tidak Puas} = 250 - 450$$

Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan yang terdiri dari kebersihan lokasi toko, penanganan keluhan konsumen, kesopanan dan keramahan karyawan, kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, dan keamanan transaksi pembayaran pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru tergolong Sangat Puas dengan skor 1110 poin yang berada pada rentang 1051 – 1250 dengan kriteria Sangat Puas.

5.4. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada Penelitian ini adapun yang menjadi sampel ataupun responden adalah konsumen Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru yang berjumlah 50 orang. Adapun

profil responden adalah masyarakat sekitar seperti ibu rumah tangga, mahasiswa dan pelajar.

Pada variabel kualitas produk, dapat dilihat dari segi kategori umur responden yang merasa sangat puas terdapat pada umur 18-25 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 36%. Dikarenakan pada rentang umur tersebut sangat memperhatikan dan merasa penting terhadap kualitas dari suatu produk yang dibutuhkan. Terlebih toko harian maju saiyo pekanbaru sangat menjaga standar kualitas produk seperti, barang yang fresh baru beberapa jam diambil dari distributor. Ketersediaan barang pun cukup banyak untuk konsumen. Serta kualitas yang ditawarkan sesuai dengan harga serta manfaat dari produk/barang-barang yang dijual oleh toko harian maju saiyo pekanbaru.

Namun secara keseluruhan dari segi kategori umur merasa sangat puas terhadap kualitas produk yang disediakan oleh Toko harian maju saiyo pekanbaru. Kemudian dari segi jenis kelamin yang merasa sangat puas yaitu jenis kelamin perempuan dengan jumlah 39 orang dengan persentase 78% dikarenakan memang didominasi pada umumnya oleh konsumen berjenis kelamin perempuan, karena perempuan cenderung detail dan merasa penting memperhatikan kualitas dari suatu produk yang akan dibeli, terlebih dalam membeli kebutuhan sendiri maupun rumah tangga. Selanjutnya dari segi pendidikan terakhir yang merasa sangat puas terbanyak pada kategori SMA sebanyak 23 orang dengan persentase 46%

Pada variabel harga dilihat dari segi kategori umur responden yang merasa sangat puas, terdapat pada umur 18-25 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 36%. Dikarenakan pada rentang umur 18-25 tahun tersebut cenderung selektif dalam melihat harga dari barang yang akan dibeli. Harga barang yang dijual sesuai dengan

kualitas barang, seperti sayur, cabe, ikan, dan ayam yang baru diambil beberapa jam dari distributor sebelum toko harian maju saiyo pekanbaru buka.

Kemudian dari segi jenis kelamin yang merasa sangat puas yaitu jenis kelamin perempuan dengan jumlah 39 orang dengan persentase 78% dikarenakan perempuan merasa sangat puas terhadap harga-harga barang yang ditawarkan, terlebih barang yang dijual oleh toko harian maju saiyo pekanbaru murah dan mudah dijangkau. Selanjutnya dari segi pendidikan terakhir yang merasa sangat puas terbanyak pada kategori SMA sebanyak 23 orang dengan persentase 46%.

Pada variabel kualitas pelayanan dilihat dari segi kategori umur responden yang merasa sangat puas, terdapat pada umur 18-25 tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 36%. Dikarenakan pada rentang umur 18-25 tahun sangat memerlukan kualitas pelayanan dari toko tersebut. Terlebih karena masih kurangnya pemahaman barang pada rentang umur tersebut. Sehingga dengan toko harian maju saiyo pekanbaru memberikan pelayanan yang baik membuat konsumen merasa puas disaat berbelanja.

Kemudian dari segi jenis kelamin yang merasa sangat puas yaitu jenis kelamin perempuan dengan jumlah 39 orang dengan persentase 78% dikarenakan perempuan merasa sangat puas kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko maupun pegawai toko terhadap konsumen berbelanja. Mereka dilayani satu persatu dengan sabar serta membantu konsumen. Selanjutnya dari segi pendidikan terakhir yang merasa sangat puas terbanyak pada kategori SMA sebanyak 23 orang dengan persentase 46%

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berbelanja pada toko harian maju saiyo pekanbaru sudah maksimal berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan dari sebagian

besar para konsumen toko harian maju saiyo pekanbaru merasa sangat puas berbelanja kebutuhan pada toko harian maju saiyo pekanbaru.

Hal tersebut tak terlepas dari faktor kualitas produk yang ditawarkan berkualitas sangat baik dan fresh, tak hanya itu namun juga tersedianya berbagai macam jenis kebutuhan sembako serta juga ketersediaan jumlah barang yang cukup untuk masyarakat disekitarnya. Faktor lainnya adalah harga, harga barang-barang yang ditawarkan toko harian maju saiyo pekanbaru dapat dijangkau oleh semua tingkatan golongan konsumen, hal ini dapat dilihat terdapat beragamnya golongan umur yang berbelanja pada toko harian maju saiyo pekanbaru. Bahkan harga yang ditawarkan toko harian maju saiyo pekanbaru tidak jauh berbeda dengan harga pasar.

Kemudian faktor kualitas pelayanan, dari segi pelayanan toko diberikan kepada konsumen sudah cukup baik. hal ini tak terlepas karena toko harian maju saiyo memiliki beberapa karyawan sehingga memungkinkan untuk melayani satu persatu konsumen disaat berbelanja. Karyawan juga selalu berusaha untuk melayani dengan ramah serta sopan agar konsumen merasa puas. Tidak hanya itu saja kebersihan lokasi toko harian maju saiyo pekanbaru juga sangat-sangat dijaga dan perhatikan agar bersih dan tertata rapi disaat konsumen berbelanja.

Konsumen merasa dengan adanya toko harian maju saiyo sangat bermanfaat bagi masyarakat disekitarnya karena masyarakat menjadi efisien dan efektif dalam berbelanja karena hanya cukup kesatu tempat semua kebutuhan pokok didapatkan. Sehingga tidak perlu lagi jauh-jauh kepasar untuk berbelanja kebutuhan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan penulis mengenai kepuasan konsumen pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru yang mencakup beberapa hal

didalamnya yaitu ; 1) Produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar, 2) Kelengkapan produk yang dijual, 3) Ketersediaan jumlah produk, 4) Daya tahan produk, 5) Keterjangkauan harga, 6) Kesesuaian harga dan kualitas produk, 7) Daya saing, 8) Kesesuaian harga dengan manfaat produk, 9) Kebersohan lokasi toko, 10) Penanganan keluhan konsumen, 11) Kesopanan dan keramahan karyawan, 12) Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, 13) Keamanan transaksi pembayaran. Dapat disimpulkan bahwa masuk dalam kategori sangat puas.

Dimana hasil perhitungan per indikator kepuasan konsumen terhadap 50 responden yang ada pada kepuasan konsumen Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru, yaitu produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar masuk dalam kategori sangat puas (72%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa toko harian maju saiyo sudah sangat puas dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan para konsumennya dengan menyediakan seperti sembako, ikan, ayam, sayuran dan santan yang kualitas baik dan fresh serta dengan jumlah yang banyak.

Sebagai contoh pemilik toko selalu cermat dalam berbelanja barang-barang sepereti cabe, bawang, ikan, ayam dan sayuran dari supplier. Pemilik berbelanja barang-barang tersebut disaat beberapa jam sebelum toko harian maju saiyo pekanbaru buka. Sehingga barang-barang yang dijual masih dalam keadaan baru dan segar saat diterima tangan konsumen.

Kelengkapan produk yang dijual masuk dalam kategori sangat puas (66%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa toko harian maju saiyo pekanbaru sudah sangat puas dalam memenuhi kebutuhan para konsumennya dengan menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok seperti

sembako, lauk-pauk ikan, ayam, sayuran, santan, cabe, bawang dan lain-lainnya dengan jumlah yang banyak. Sehingga konsumen atau masyarakat disekitarnya dimudahkan dengan banyak pilihan untuk membeli kebutuhannya cukup disatu tempat saja tanpa perlu ketempat yang lainnya sehingga efisien.

Ketersediaan jumlah produk masuk dalam kategori puas (48%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa ketersediaan kebutuhan seperti sembako, ikan, ayam, sayuran, cabe, bawang, santan dan lain-lain pada toko harian maju saiyo pekanbaru sudah cukup banyak. Dengan bermacam pilihan tersebut tentu memudahkan konsumen dalam membeli. Sehingga toko harian maju saiyo pekanbaru pun dapat memenuhi kebutuhan untuk masyarakat disekitarnya.

Daya tahan produk masuk dalam kategori sangat puas (52%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa daya tahan barang-barang yang dijual toko harian maju saiyo pekanbaru sudah sangat puas, toko sangat menjaga dan mengontrol kondisi setiap produk dijual nya seperti ikan, ayam dan sayuran yang mana barang-barang tersebut tidak tahan lama. Toko akan hanya menjual pada 1 hari itu saja untuk barang tersebut. Kemudian di cek kembali apakah masih layak atau tidak untuk dijual pada keesokan hari. Toko tidak memaksakan untuk menjual barang tersebut untuk esok harinya. Apabila tidak memungkinkan maka akan membuangnya demi menjaga kualitas barang yang dijual dan kepuasan konsumen.

Keterjangkau harga masuk dalam kategori sangat puas (56%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa harga-harga barang yang ditawarkan oleh toko harian maju saiyo pekanbaru dapat dengan mudah terjangkau

dari segala jenis tingkatan konsumen. Harga yang ditawarkan pun sama dan tidak berbeda dengan toko yang lain bahkan pasar. Dapat dilihat juga dari identifikasi responden berdasarkan umur, dimana berbagai kategori umur yang berbelanja pada toko harian maju saiyo. Dapat diartikan juga harga-harga barang pada toko harian maju saiyo dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen.

Kesesuaian harga dan kualitas produk masuk dalam kategori sangat puas (62%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh toko harian maju saiyo pekanbaru sesuai dengan kualitasnya. Terlebih toko harian maju saiyo selalu berusaha memberikan kualitas barang-barang yang terbaik, baru dan segar untuk para konsumennya. Sehingga harga yang dibayarkan pun sesuai dengan kualitas yang didapatkan. Dengan begitu konsumen merasa puas berbelanja kebutuhan pokoknya pada toko harian maju saiyo pekanbaru.

Daya saing masuk dalam kategori sangat puas (56%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh toko harian maju saiyo pekanbaru sudah cukup bersaing dengan toko lainnya yang sejenis, 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 harian maju saiyo serta kualitas barang yang baik dan kebersihan toko yang membuat konsumen lebih memilih berbelanja pada toko harian maju saiyo pekanbaru.

Kesesuaian harga dengan manfaat produk masuk dalam kategori sangat puas (44%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa toko harian maju saiyo pekanbaru memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat

sekitar karena diberi kemudahan untuk membeli barang-barang kebutuhan pokok yang mana harus dicari di pasar. Sehingga responden tidak perlu jauh-jauh lagi ke pasar untuk berbelanja kebutuhan dapur. Cukup ke toko harian maju saiyo yang dekat. Lebih menghemat waktu dan tenaga. Dari segi kualitas produk yang ditawarkan pun tidak kalah dengan produk di pasar pada umumnya.

Kebersihan lokasi toko masuk dalam kategori sangat puas (64%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa kebersihan pada toko harian maju saiyo pekanbaru sudah sangat puas. Pemilik toko selalu berusaha menjaga kebersihan disaat buka pagi, siang, sore dan malam disaat tutup. Tidak itu saja, disaat senggang atau ramai konsumen pun apabila keadaan toko terlihat berantakan atau kotor. Pemilik masih mengusahakan membersihkan dan merapikan demi menjaga keadaan toko untuk terus terlihat rapih dan bersih. Sehingga saat konsumen berbelanja suasananya enak dipandang mata oleh konsumen.

Penanganan keluhan konsumen masuk dalam kategori sangat puas (48%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa keluhan mereka disaat berbelanja sudah diatasi dengan sebaik mungkin. Misal jika ada konsumen yang mengeluhkan produk cacat atau exp maka pihak toko langsung mengganti dengan produk yang baru dan baik. terlebih toko harian maju saiyo sangat menjunjung tinggi kepuasan dari konsumen.

Kesopanan dan keramahan karyawan masuk dalam kategori puas (44%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa perilaku karyawan toko dalam melayani konsumen sejauh ini yang di berikan cukup bagus dan memuaskan, dimana mereka melayani konsumen satu persatu tanpa ada

membeda-bedakan konsumen. Selalu murah senyum, menggunakan tutur kata yang baik, ramah dan sopan disaat melayani konsumen.

Kecepatan karyawan dalam melayani konsumen masuk dalam kategori sangat puas (58%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa karyawan toko dalam melayani sudah sangat cepat dan baik. begitu konsumen masuk kedalam toko, karyawan langsung menghampiri dan menanyakan apa kebutuhan yang ingin dibelikan. Dengan toko harian maju saiyo memiliki beberapa karyawan tentu lebih memudahkan dalam melayani konsumen. Karena konsumen bisa dilayani secara baik satu persatu.

Keamanan transaksi pembayaran masuk dalam kategori sangat puas (62%), hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa sistem pembayaran yang ada pada toko hari maju saiyo pekanbaru sudah puas, karena pada umumnya sama dengan seperti toko lainnya. Namun melihat toko harian maju saiyo 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.

Kualitas produk merupakan faktor dari kepuasan pelanggan, 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.

Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru mempunyai

total skor 898. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru tergolong Sangat Puas dengan total skor 898 poin yang berada pada rentang 841 – 1000 dengan kriteria Sangat Puas.

Dari rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan kualitas produk terdapat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada indikator produk yang tersedia dalam keadaan segar dan baru dengan skor 236. Maksudnya adalah toko harian maju saiyo pekanbaru dalam menyediakan barang-barangnya seperti sembako, ikan, ayam, sayuran, cabe, bawang, santan dan lain-lain selalu menyediakan kualitas yang baik, keadaan yang fresh dan baru diambil beberapa jam dari supplier pusat. Hal tersebut agar konsumen mendapatkan kualitas yang terbaik, sehingga apa yang dibayarkan oleh konsumen sesuai dengan yang didapatkan. Dengan begitu tentu akan membuat konsumen puas dengan toko harian maju saiyo pekanbaru.

Sedangkan skor terendah yaitu pada indikator ketersediaan jumlah produk dengan skor 212. Maksudnya adalah toko harian maju saiyo pekanbaru tidak bisa menyediakan cabe, bawang, ikan, dan sayuran dengan jumlah yang lebih dari biasanya. Karena barang tersebut tidak tahan lama dan terlebih apabila barang tersebut tidak habis atau tersisa ketika barang tersebut dijual kembali di hari berikutnya tentu konsumen berfikir dua kali untuk membelinya. Toko harian maju saiyo pekanbaru juga berpedoman selalu memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumennya.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulyeni Fitri Jammaludin, Chenzy Wm Vermila (2019) yang hasil penelitiannya adalah semakin tinggi tingkat kualitas produk dalam memuaskan pelanggan, maka akan mengakibatkan kepuasan konsumen yang tinggi. Sehingga dapat dikatakan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mini market jualan kecamatan Benai, Kabupaten Kuantan Singingi.

Harga merupakan faktor dari kepuasan konsumen, 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 dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.

Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen berdasarkan harga pada toko Harijan Maju Saiyo Pekanbaru mempunyai total skor 895. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan harga pada Toko Harijan Maju Saiyo Pekanbaru tergolong Sangat Puas dengan skor 895 poin yang berada pada rentang 841 – 1000 dengan kriteria Sangat Puas.

Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen terdapat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada indikator keterjangkauan harga dengan skor 228. Maksudnya adalah barang-barang yang dijual pada toko harijan maju saiyo pekanbaru harganya dapat dengan mudah dijangkau oleh semua golongan konsumen. Toko berusaha untuk menyamakan harga barang-barang kebutuhan tersebut dengan harga di pasaran terlebih karena tempat supplier barangnya pun sama.

Hal ini juga yang membuktikan disetiap hari toko harian maju saiyo pekanbaru selalu ramai dikunjungi oleh konsumen. Contohnya dapat dilihat dari identifikasi responden berdasarkan umur dapat dilihat berbagai macam kategori umur yang berbelanja kebutuhan pada toko harian maju saiyo. Hal ini menggambarkan berarti barang-barang yang dijual pada toko terjangkau segala golongan konsumen.

Sedangkan skor terendah yaitu pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk dengan skor 216. Maksudnya hal ini dikarenakan ada harga beberapa barang yang mahal disebabkan dari distributor/supplier yang terkadang naik, sehingga menyebabkan kurangnya manfaat produk tersebut dari harga yang sudah dibayarkan konsumen. Namun hal seperti itu umumnya biasa, dan itu hanya terjadi pada beberapa jenis barang saja. Hal ini lumrah karena konsumen selalu menginginkan harga yang murah namun kualitas bagus. Pemilik pun melakukan upaya dengan memberikan pemahaman kepada konsumen agar dapat memahami kenapa barang tersebut harga nya naik.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iwan Kesuma Sihombing, Ika Saridewi, Aqalili Astika yang hasil penelitiannya adalah berdasarkan hasil penelitian dimana faktor harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pasar tradisional sebagai dampak dari revitalisasi pasar tradisional di Kota Medan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor dari kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dibidang barang/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.

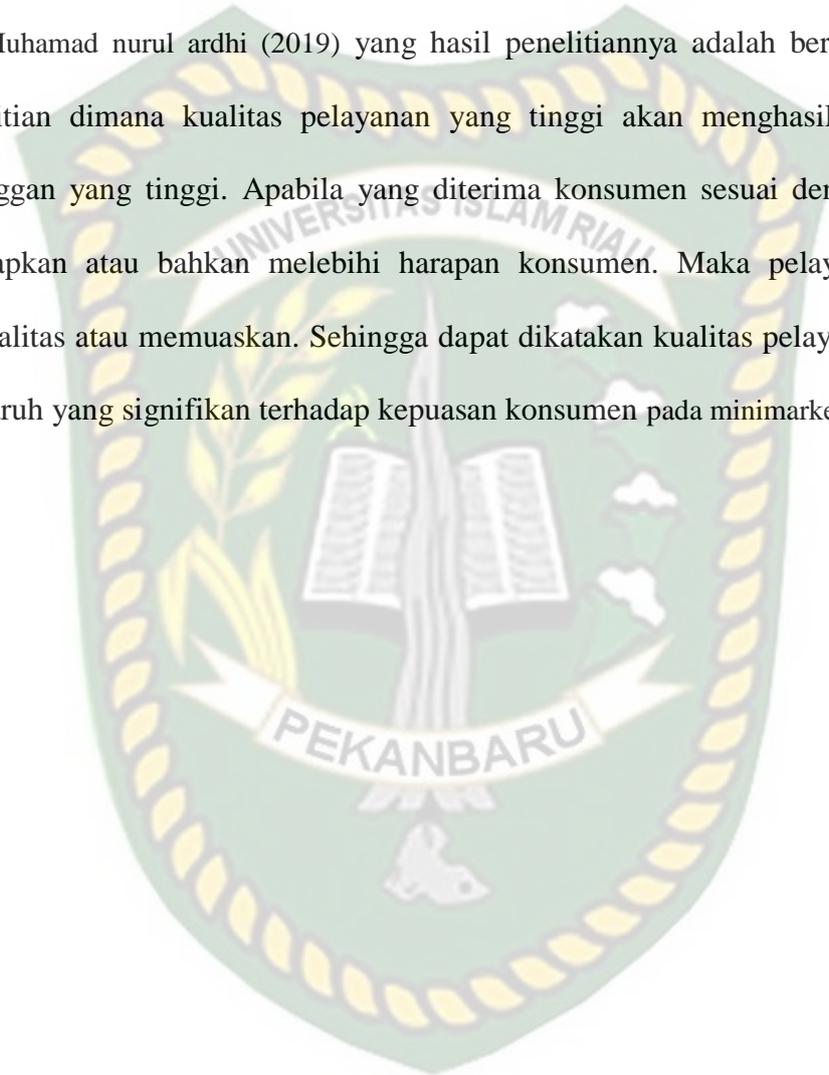
Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru mempunyai total skor 1110. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan yang terdiri dari kebersihan lokasi toko, penanganan keluhan konsumen, kesopanan dan keramahan karyawan, kecepatan karyawan dalam melayani konsumen, dan keamanan transaksi pembayaran pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru tergolong Sangat Puas dengan skor 1110 poin yang berada pada rentang 1051 – 1250 dengan kriteria Sangat Puas.

Dari hasil rekapitulasi pendapat konsumen tentang kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan pada Toko Harian Maju Saiyo Pekanbaru terdapat jumlah skor tertinggi dan terendah. Skor tertinggi yaitu pada indikator kebersihan lokasi toko dengan skor 227. Maksudnya adalah kebersihan lokasi toko harian maju saiyo sangat-sangat betul diperhatikan dan dijaga dengan baik oleh karyawan dan pemilik. Pemilik selalu membersihkan toko disaat pagi buka, siang, sore, dan malam disaat tutup. Di sela-sela konsumen berbelanja ataupun sesudah pemilik atau karyawan berusaha membersihkan dan merapikan barang-barang yang berserakan untuk tetap terlihat rapih dan bersih dimata konsumen. Dengan begitu tentu konsumen akan merasa senang dan puas saat berbelanja.

Sedangkan skor terendah yaitu pada indikator kesopanan dan keramahan karyawan dengan skor 214. Maksudnya adalah masih kurang senyum, keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja. Seperti disaat sepi ataupun jam sibuk. Masih terdapatnya respon yang cuek pada konsumen saat konsumen

berbelanja. Seharusnya karyawan toko aktif dan cepat respon dalam melayani konsumen, tidak melihat dari beberapa banyak dan apa yang dibeli konsumen baru bergerak membantu.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Trijoko wibowo dan Muhamad nurul ardhi (2019) yang hasil penelitiannya adalah berdasarkan hasil penelitian dimana kualitas pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi. Apabila yang diterima konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan konsumen. Maka pelayanan tersebut berkualitas atau memuaskan. Sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada minimarket sk.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan sebelumnya maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen toko harian maju saiyo sudah maksimal, terutama pada kualitas produk. terdapat tingkat kepuasan konsumen yang tinggi pada produk yang tersedia dalam keadaan baru dan segar, Dimana toko ini setiap paginya selalu menyediakan sayur yang segar tanpa menjual kembali sayur pada hari sebelumnya.
2. Untuk kepuasan konsumen terhadap harga berada dalam kategori sangat puas hal ini dapat di lihat dari kesesuaian harga dan kualitas produk di toko harian maju saiyo yang selalu memberikan kualitas barang yang sangat baik (seperti sayur dijual dalam keadan segar dan baru) sehingga harga yang di bayarkan sesuai dengan kualitas yang di dapatkan oleh konsumen, dan perbandingan harga dengan toko lainya tidak begitu tinggi sehingga konsumen merasa tidak di rugikan dalam berbelanja kebutuhan sehari- hari.
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dilihat pada kebersihan lokasi toko dalam kategori sangat puas hal ini diperkuat berdasarkan hasil pengamatan yang menunjukkan bahwa kebersihan pada toko sudah sangat bagus dimana pemilik toko selalu berusaha menjaga kebersihan di saat buka pagi sore dan malam di saat akan tutup, sehingga adanya kenyamanan di saat konsumen berbelanja dan di perkuat dengan adanya pelayanan pengantaran barang pesanan ke rumah konsumen.

6.2 Saran

Adapun saran penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dilihat dari kualitas produk pada ketersediaan jumlah produk dengan skor terendah dapat di perbaiki lagi dimana toko harian maju saiyo sebaiknya meningkatkan jumlah produk terutama produk sembako dan menambah jenis produk yang di jual agar mempermudah konsumen untuk berbelanja di satu toko sehingga waktu konsumen lebih efisien.
2. Sedangkan pada harga skor terendah yaitu kesesuaian harga dengan manfaat produk dimana sebaiknya toko harian maju saiyo tidak mengurangi manfaat produk pada saat harga yang naik dari supliyer, tetap menjual produk yang sama pada sebelumnya meski harga yang di tawarkan sedikit mahal.
3. Kualitas pelayanan lebih di tingkatkan lagi pada kesopanan dan keramahan karyawan dimana kurangnya respon karyawan di saat konsumen berbelanja dan sebaiknya tingkat pelayanan tidak berbeda terhadap konsumen yang berbelanja dalam jumlah banyak maupun sedikit .

DAFTAR PUSTAKA

- Chezy, Vermila WM. 2017. "Analisis Kepuasan Konsumen yang Berbelanja Sembilan Kebutuhan Bahan Pokok (Sembako) Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Moderen Di Kota Pekanbaru" *Jurnal Agribisnis* Vol 17 No 1. Pekanbaru: Universitas Negeri Riau.
- Harnanda. 2006. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Supermarket Pasar Buah Pekanbaru dan Implikasinya dalam Strategi Pemasaran. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 1996. *Marketing Management-An Asian Perspective*. Singapore: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 1991. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kelompok Gramedia. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1 dan 2, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2008). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 jilid 1. Jakarta: PT. Ideks.
- Ma'ruf, Hendri. (2005). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Merlin Karuntu dan Junitrianto Kantohe. 2014. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja. (*Jurnal* Vol. 2 No. 1)
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (1999). *Customer Behavior: Strategi Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 4. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: PT Indeks
- Ma'ruf, Hendry. 2005. *pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Alma, 2006. *Pengertian Harga*. Jakarta : Bumi Aksara
- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.

Antoro. Dwi Sunu. 2010. *Pembudayaan Sikap Sopan Santun dirumah dan disekolah. Jurnal Pendidikan*. Yogyakarta : Universitas Terbuka

Aritonang, Lerbin R, 2005, *Kepuasan Pelanggan*, PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta

Conlon, C., & Mortimer, J. (2010). Effects of product availability: experimental evidence. *Journal of Business Management and Economics Studies*. 1-41.

Kotler, Philip, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 13. Erlanga. Jakarta 2009.

Kotler, Philip dan Garry Amstrong, dan KL, Keller, 2008, ‘*Manajemen Pemasaran*’. Jakarta, Erlangga.

Tjiptono, F. 2005. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Andi : Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.

