

# SKRIPSI

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BARANG HARIAN GROSIR WANDA TALUK KUANTAN**

*Disusun Dan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau*



**OLEH:**

**BIMA MAFINDRA  
205210229**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2024**



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Bima Mafindra  
NPM : 205210229  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Hadian Grosir Wanda (Studi kasus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Wanda Teluk Kuantan)  
Hari/Tanggal Seminar : 31 Juli 2024  
Tempat : Ruang 3  
Dosen Pembimbing

No.	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si		

Dosen Pembahas/Penguji

No.	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1.	Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.		
2.	Syamsilasmisaleh, S.E., M.M		

Hasil Seminar : Lulus dengan perbaikan ( Total Nilai 78.50 )

Mengetahui  
An. Dekan

Pekanbaru, 31 Juli 2024  
Ketua Prodi

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

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



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau No: 685/KPTS/FE-UIR/2024, Tanggal 31 Juli 2024, Maka pada Hari 31 Juli 2024 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau pada Program Studi Manajemen Tahun Akademis 2022/2023.

1. Nama : Bima Mafindra
2. NPM : 205210229
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Hadian Grosir Wanda (Studi kasus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Wanda Teluk Kuantan)
5. Tanggal Ujian : 31 Juli 2024
6. Waktu Ujian : 60 menit
7. Tempat Ujian : Ruang 3
8. Yudicium/Nilai : Lulus (B+) 79.25
9. Keterangan lain : Aman dan lancar

#### PANITIA UJIAN

Ketua

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

Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris

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

Kaprodi Manajemen

Dosen Penguji

1. Drs. Syahdanur, M.Si
2. Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.
3. Syamsilasmi Saleh, S.E., M.M

Notulen

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

Pekanbaru, 31 Juli 2024

Mengetahui  
Dekan,

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



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bima Mafindra  
PM : 205210229  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Hadian Grosir Wanda (Studi kasus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Wanda Teluk Kuantan)

Disahkan Oeh:

**PEMBIMBING**

**Drs. Syahdanur, M.Si**

DEKAN

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

KETUA PRODI



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



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Bima Mafindra  
 NPM : 205210229  
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
 Jurusan : Manajemen  
 Sponsor : Drs. Syahdanur, M.Si  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Hadian Grosir Wanda (Studi kasus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Wanda Teluk Kuantan)

Dengan perincian bimbingan skripsi sebagai berikut :

NO.	Tanggal	Berita Acara	Paraf Sponsor
1	08 Mei 2024	acc	

Pekanbaru, 08 Agustus 2024

Wakil Dekan I



Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA.  
NPK. 19790914 200501 2 002



## BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Bima Mafindra  
NPM : 205210229  
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Hadian Grosir Wanda (Studi kasus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Wanda Teluk Kuantan)  
Penguji : 1. Hj. Susie Suryani, SE., MM.  
2. Syamsilasma Saleh, S.E., M.M  
Hari/Tanggal Seminar : 29 Mei 2024  
Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :  
Judul : Disetujui  
Permasalahan : Jelas  
Tujuan Penelitian : Jelas  
Hipotesa : Sesuai  
Variabel yang diteliti : Jelas  
Alat yang dipakai : Sesuai  
Populasi dan sampel : Jelas  
Cara pengambilan sampel : Sesuai  
Sumber data : Jelas  
Cara memperoleh data : Jelas  
Teknik Pengolahan data : Jelas  
Daftar kepustakaan : Cukup  
Teknik penyusunan laporan : Jelas  
Kesimpulan tim seminar : Tidak perlu diseminarkan kembali

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No.	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si	Ketua	
2.	Hj. Susie Suryani, SE., MM.	Anggota	
3.	Syamsilasma Saleh, S.E., M.M	Anggota	



Mengetahui  
Dan Dekan Bidang Akademis

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

Pekanbaru, 29 Mei 2024  
Sekretaris

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



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

## PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Bima Mafindra  
NPM : 205210229  
Program Studi : Manajemen  
Topik : Marketing SME's (UMKM)  
Pembimbing : Drs. Syahdanur, M.Si

Pekanbaru, 28 Desember 2023  
Menyetujui,



**Abd. Razak Jer, SE., M.Si.**  
NPK. 86 0802 062

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**NOMOR: 197/Kpts/FEB-UIR/2024**

**TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

- Membaca : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 27 Februari 2024 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang : Bahwa dalam membantu Mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga mendapat hasil yang baik, perlu ditunjuk dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa tersebut
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional  
2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi  
3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi  
4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018  
5. SK. Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. A/YLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021  
6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.  
7. SK. Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau  
a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

**MEMUTUSKAN**

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

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si	Lektor kepala	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :  
N a m a : Bima Mafindra  
N P M : 205210229  
Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Hadian Grosir Wanda (Studi kasus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Wanda Teluk Kuantan)
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.
- Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di: Pekanbaru  
Pada Tanggal: 28 Februari 2024  
Dekan



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

Tembusan : Disampaikan pada :

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

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**NOMOR: 685/Kpts/FE-UIR/2024**  
**TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA**  
**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:

Nama : Bima Mafindra  
NPM : 205210229  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Hadian Grosir Wanda (Studi kasus pada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Wanda Teluk Kuantan)

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

No.	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1.	Drs. Syahdanur, M.Si	Pembina, D/a	Materi	Ketua
2.	Dr. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.	Penata, C/c	Sistematika	Sekretaris
3.	Syamsilasma Saleh, S.E., M.M	Penata Tk. I, C/d	Methodologi	Anggota
4.	Abd. Razak Jer, SE., M.Si.	Penata, C/c	Penyajian, Bahasa	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 : 31 Juli 2024  
Lokas,

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

Tembusan disampaikan kepada :

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

### الجامعة الإسلامية الريفية

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

#### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

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

**NAMA** : **BIMA MAFINDRA**

**NPM** : **205210229**

**JUDUL SKRIPSI** : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BARANG HARIAN GROSIR WANDA TALUK KUANTAN**

**PEMBIMBING** : **DRS. SYAHDANUR, M.SI**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 30% pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

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

Pekanbaru, 22 Juli 2024

Ketua Program Studi Manajemen

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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Judul skripsi:

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BARANG HARIAN GROSIR WANDA TALUK KUANTAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagai tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan dan pendapat serta pemikiran orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan dari penulis aslinya yang disebutkan dalam referensi.

Pekanbaru, Agustus 2024

Yang memberi pernyataan

**Bima Mafindra**  
**205210229**

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO BARANG HARIAN GROSIR WANDA TALUK KUANTAN**

**OLEH :  
BIMA MAFINDRA  
205210229**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko barang harian grosir wanda taluk Kuantan. Sampel pada penelitian ini yaitu 95 orang responden. Jenis dan sumber data adalah data primer dan sekunder, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji regresi linear sederhana dengan bantuan *software SPSS versi 26*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Barang Harian Grosir Wanda Taluk Kuantan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT TOKO BARANG HARIAN GROSIR WANDA TALUK KUANTAN***

*This research aims to determine and analyze the effect of service quality on customer satisfaction at the Wanda Taluk Kuantan wholesale daily goods store. The sample in this study was 95 respondents. The types and sources of data are primary and secondary data, while data collection techniques use observation, questionnaires and interviews. The data analysis technique used in this research is a simple linear regression test with the help of SPSS version 26 software. The results of this research show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Wanda Taluk Kuantan Wholesale Daily Goods Store.*

***Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction***

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, sebab rahmat dan karunia-Nya jugalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu shalawat beriringan salam juga dikirimkan kepada rasul junjungan alam yakni Baginda Muhammad SAW yang telah mengantarkan umatnya dari alam kegelapan sampai generasi yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan”**.

Adapun maksud dan tujuan penulis skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Pekanbaru. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak melibatkan berbagai pihak yang telah membimbing dan membantu penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. **Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., M.CL**, selaku Rektor Universitas Islam Riau yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
2. **Ibu Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. **Ibu Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA** selaku Wakil Dekan I, **Hj. Ellyan Sastraningsih, M.Si** selaku Wakil Dekan II, **Dr. H. Zulhelmi M. Hatta SE.,**

M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

4. **Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si** selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
5. **Bapak Awliya Afwa, SE., MM** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
6. Bapak dan Ibu Dosen selaku staff pengajar serta staff Karyawan/i tata usaha pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah membimbing dan mengajar ilmu selama berkuliah.
7. Terima kasih kepada teman-teman dan rekan-rekan seperjuangan Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebut satu per satu yang selalu memberikan semangat serta motivasi dan terimakasih kepada teman teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

**Pekanbaru, Juni 2024**

**Penulis**

**Bima Mafindra**  
**205210229**

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS .....	10
2.1 Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	11
2.1.3 Ciri-Ciri Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.4 Strategi Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	14
2.1.6 Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	15
2.1.7 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	16
2.2 Kualitas Pelayanan .....	18
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	18
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	19
2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	21
2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan .....	22
2.3 Penelitian Terdahulu .....	24
2.4 Kerangka Penelitian .....	25
2.5 Hipotesis .....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	27

3.1	Desain Penelitian .....	27
3.2	Objek Penelitian .....	27
3.3	Operasional Variabel Penelitian .....	28
3.4	Populasi dan Sampel .....	29
3.4.1	Populasi .....	29
3.4.2	Sampel .....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
3.7.1	Uji Validitas .....	31
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.8	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	32
3.9	Uji t (Parsial) .....	33
3.10	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	33
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	34
4.1.1	Responden Berdasarkan Usia .....	34
4.1.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
4.1.3	Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan .....	36
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
4.2.1	Uji Validitas .....	36
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	37
4.3	Analisis Deskriptif .....	38
4.3.1	Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	38
4.3.2	Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan .....	56
4.4	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	65
4.5	Uji t (Parsial) .....	66
4.6	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
4.7	Pembahasan .....	67
4.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	67
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1	Kesimpulan .....	69

5.2 Saran.....	69
LAMPIRAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	88



Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Data Penjualan Toko Grosir Wanda 2023 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan .....	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Pelayanan yang Lengkap Serta Bangunan Toko yang Memadai .....	39
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Lingkungan Sekitar Toko yang Bersih dan Nyaman .....	40
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Tampilan Produk yang Baik dan Menarik Pelanggan.....	41
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Toko Responsif Terhadap Permintaan Pelanggan .....	42
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Toko Mengetahui Kebutuhan Pelanggan Dalam Memenuhi Kebutuhan .....	43
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Toko Cepat Dalam Merespon Kebutuhan Pelanggan.....	44
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Toko Memberikan Jaminan Harga Kepada Pelanggan.....	45
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Toko Memberikan Jaminan Kualitas Produk .....	46
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Toko Memberikan Arahan yang Spesifik Demi Kepentingan Pelanggan .....	47
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Toko Bersikap Ramah Kepada Pelanggan dan Memberikan Informasi Terkait Produk Kepada Pelanggan .....	48

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memahami Letak Produk yang Dijual.....	49
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Mengetahui Variasi Produk yang Dijual di Toko.....	50
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memberikan Informasi dan Solusi Mengenai Produk yang Dijual Kepada Pelanggan.....	51
Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Terkait Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	51
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan yang diberikan Toko Sesuai Dengan Harapan Pelanggan.....	56
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan yang Diberikan Karyawan Toko Membuat Pelanggan Puas.....	57
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Melakukan Pembelian Ulang ke Toko.....	58
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Pelayanan Membuat Pelanggan Puas .....	59
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Merekomendasikan Toko Kepada Orang Lain .....	60
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Menceritakan Pengalaman Baik Saat Berbelanja di Toko .....	61
Tabel 4.26 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Terkait Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	62
Tabel 4.27 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	66
Tabel 4.28 Hasil Uji t (Parsial) .....	66
Tabel 4.29 Hasil Uji R-Square .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Ritel Grosir Terbesar di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	25



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di tengah era globalisasi dan digitalisasi yang berkembang pesat, kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek krusial dalam menentukan keberhasilan bisnis, termasuk dalam sektor ritel. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen, toko yang mampu memberikan pelayanan terbaik cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Dalam konteks ini, hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen semakin penting untuk diperhatikan.

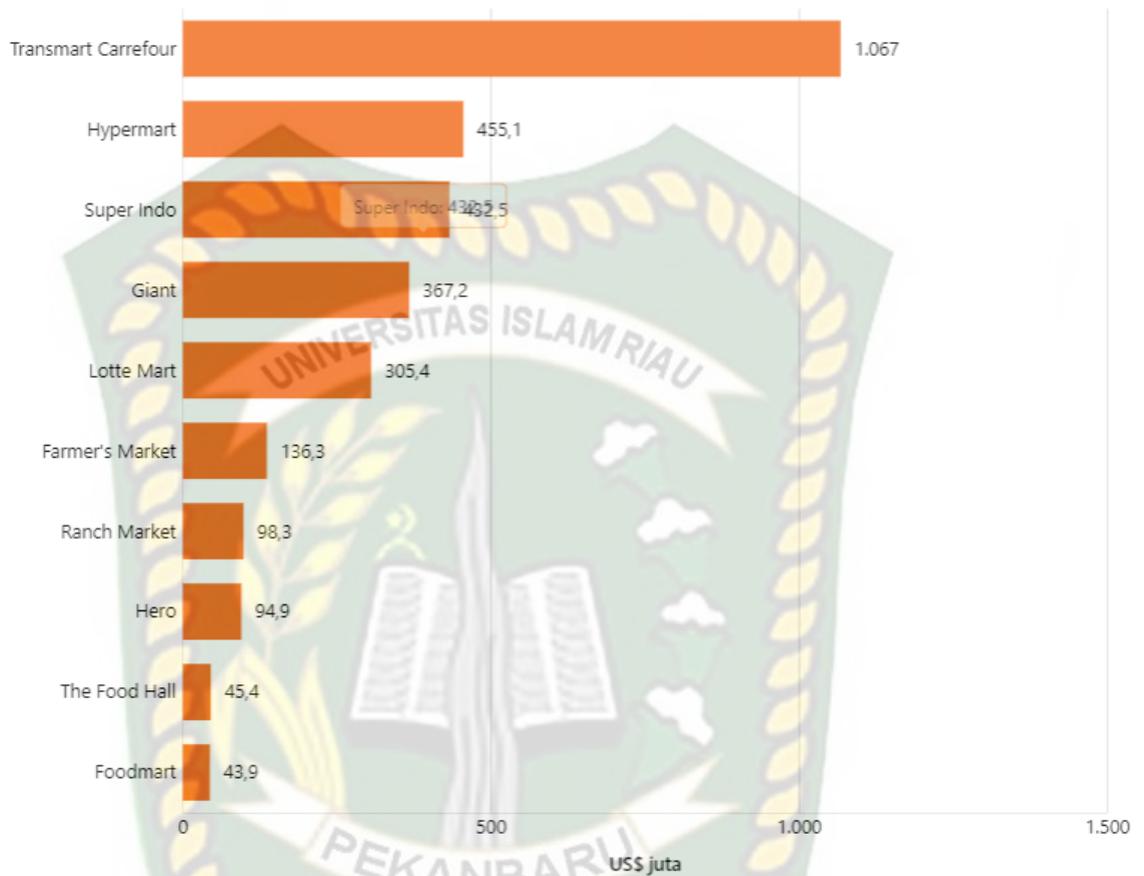
Kualitas pelayanan tidak hanya mencakup kecepatan dan efisiensi dalam melayani pelanggan, tetapi juga mencakup keramahan staf, pengetahuan produk, serta kemampuan untuk memberikan pengalaman belanja yang memuaskan. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang merasa dihargai dan diperhatikan oleh penyedia layanan cenderung lebih puas dan lebih loyal. Kepuasan konsumen ini tidak hanya berdampak pada penjualan jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Misalnya, sebuah toko grosir yang mampu menyediakan berbagai barang kebutuhan harian dengan pelayanan yang cepat dan ramah akan lebih disukai dibandingkan toko yang hanya fokus pada kelengkapan produk tanpa memperhatikan aspek pelayanan. Hal ini disebabkan karena konsumen tidak hanya mencari produk yang mereka butuhkan, tetapi juga pengalaman belanja yang menyenangkan. Toko yang dapat memenuhi kedua aspek ini berpotensi untuk menarik lebih banyak pelanggan dan membangun basis pelanggan yang loyal.

Namun, kenyataan di lapangan seringkali menunjukkan bahwa banyak toko masih berjuang untuk mencapai standar pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Survei yang dilakukan di berbagai toko ritel menunjukkan bahwa meskipun banyak konsumen puas dengan kualitas produk, mereka seringkali mengeluhkan aspek pelayanan seperti antrian panjang di kasir, staf yang kurang ramah, dan ketidakmampuan staf dalam memberikan informasi yang dibutuhkan. Keluhan-keluhan ini menunjukkan bahwa ada kesenjangan antara harapan konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi toko-toko ritel untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian mengenai kualitas pelayanan dapat membantu mengungkap area-area yang membutuhkan perbaikan. Sebagai contoh, pelatihan bagi staf mengenai keterampilan pelayanan dan pengetahuan produk dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memberikan pelayanan yang memuaskan. Selain itu, sistem manajemen antrian yang lebih efisien dapat mengurangi waktu tunggu konsumen, sehingga meningkatkan pengalaman belanja mereka. Berikut ini merupakan nilai penjualan ritel grosir terbesar di Indonesia:

Gambar 1.1 Penjualan Ritel Grosir Terbesar di Indonesia



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/10-perusahaan-ritel-grosir-dengan-nilai-penjualan-terbesar-di-indonesia>

Transmart Carrefour menjadi ritel grosir dengan nilai penjualan terbesar di Indonesia menurut Euromonitor International. Ritel di bawah PT Trans Retail Indonesia ini memiliki nilai penjualan sebesar US\$ 1,07 miliar pada 2020. Hypermart berada di peringkat kedua dengan nilai penjualan sebesar US\$ 455,1 juta. Selanjutnya, Super Indo berada di peringkat ketiga dengan nilai penjualan US\$ 432,5 juta. Giant, yang menutup seluruh gerainya tahun ini, menyusul di peringkat keempat. Nilai penjualan perusahaan yang bergabung di Hero Group ini sebesar

US\$ 367,2 juta. Lotte Mart berada di peringkat kelima. Ritel grosir asal Korea Selatan ini mencatatkan nilai penjualan sebesar US\$ 305,4 juta.

Total nilai penjualan ritel grosir tercatat mencapai US\$ 7,9 miliar pada 2020. Nilai ini didapat dari 1.794 gerai yang tersebar di Indonesia.

Pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen juga diperkuat oleh data penjualan dan feedback konsumen. Toko-toko yang berhasil meningkatkan kualitas pelayanannya biasanya melihat peningkatan dalam kepuasan konsumen, yang kemudian berkontribusi pada peningkatan penjualan. Sebaliknya, toko-toko yang mengabaikan aspek pelayanan seringkali mengalami penurunan jumlah pelanggan, meskipun mereka menawarkan produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif.

Toko Grosir Wanda menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kepuasan konsumennya, terutama di tengah maraknya persaingan dengan toko grosir lainnya dan perkembangan e-commerce yang menawarkan kemudahan berbelanja secara online. Menurut data yang diperoleh, terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan yang seringkali menjadi perhatian konsumen, seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, kelengkapan produk, harga yang kompetitif, dan kebersihan toko. Faktor-faktor ini sangat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap toko dan pada akhirnya menentukan tingkat kepuasan mereka. Berikut adalah data penjualan Toko Grosir Wanda dalam setahun terakhir yang menggambarkan fluktuasi penjualan bulanan:

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Grosir Wanda 2023

Bulan	Penjualan (Rp)
Januari	70,000,000
Februari	57,000,000
Maret	60,000,000
April	95,000,000
Mei	50,000,000
Juni	65,000,000
Juli	71,000,000
Agustus	64,000,000
September	83,000,000
Oktober	74,000,000
November	84,000,000
Desember	160,000,000

Sumber : Toko Grosir Wanda, 2023

Data di atas menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang cukup signifikan dari bulan Januari hingga Desember. Namun, peningkatan penjualan ini tidak serta merta menunjukkan kepuasan konsumen yang tinggi. Peningkatan penjualan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk promosi musiman, diskon khusus, dan kebutuhan konsumen yang meningkat pada periode tertentu. Oleh karena itu, untuk benar-benar memahami kepuasan konsumen, diperlukan analisis lebih mendalam terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko.

Selain data penjualan, survei kepuasan konsumen juga telah dilakukan untuk mengukur seberapa puas konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Grosir Wanda. Hasil survei menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar

konsumen merasa puas dengan harga dan kelengkapan produk, ada beberapa keluhan mengenai kecepatan pelayanan dan keramahan staf. Beberapa konsumen merasa bahwa mereka harus menunggu terlalu lama di kasir, dan ada juga yang mengeluhkan sikap staf yang kurang ramah.

Melihat kondisi ini, Toko Grosir Wanda perlu melakukan evaluasi dan perbaikan pada aspek-aspek pelayanan yang dianggap kurang memuaskan oleh konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya akan meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan dan volume penjualan jangka panjang.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menjadi sangat relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai aspek-aspek pelayanan yang perlu diperbaiki serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Dengan demikian, Toko Grosir Wanda dapat bersaing lebih efektif di pasar dan mempertahankan posisinya sebagai pilihan utama konsumen dalam berbelanja barang harian grosir.

Berdasarkan hal yang sudah dipaparkan diatas, maka penulis merasa sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan”.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berikut ini merupakan manfaat pada penelitian ini :

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dilaksanakan untuk mempraktikkan dan mengembangkan ilmu yang telah diajarkan selama dibangu kuliah dengan harapan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang dunia kerja, khususnya mengenai manajemen pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini dapat memberi masukan yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang ada dan menjadi sarana dalam memberikan informasi mengenai kepuasan pelanggan agar perusahaan mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan ini dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan.

### 3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat menjadi referensi atau masukan bagi penulis lain dalam melakukan penelitian objek maupun masalah yang sama dan mengembangkan penelitian di masa yang akan datang.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan penelitian ini terdiri dari lima bab dimana masing-masing bab akan dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Adapun kelima bab tersebut yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab awal ini menjelaskan tentang latar belakang masalah yang terjadi pada objek penelitian, alasan peneliti memilih judul, perumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

Pada bab ini menjelaskan tentang aspek yang berhubungan dengan variabel penelitian, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, lokasi penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini akan dilakukan analisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir ini menjelaskan tentang simpulan dan memberikan beberapa saran untuk dijadikan evaluasi dan masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan



## BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### 2.1 Kepuasan Pelanggan

#### 2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan berasal dari bahasa latin (*satisfaction*) ‘‘*satis*’’ yang artinya cukup baik, memadai) dan ‘‘*factio*’’ yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan dapat diartikan sebagai ‘‘upaya pemenuhan sesuatu’’ atau ‘‘membuat sesuatu memadai’’. Menurut Giese & Cote yang dikutip dari buku (Tjiptono dan Chandra, 2015:204) ‘‘definisi kepuasan pelanggan tidak dapat lepas dari *chameleon effects*, artinya interpretasi terhadap sebuah definisi sangat bervariasi antar individu dan antar situasi’’.

Menurut (Kotler dan Keller, 2009:139) menyatakan dalam bukunya bahwa ‘‘Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka’’.

Menurut Kotler dikutip dari buku (Lupiyoadi, 2013:228) ‘‘Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Menurut (Irawan, 2019:3) dalam bukunya bahwa ‘‘Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari pelanggan atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa’’. Dari beberapa definisi yang disampaikan oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan antara

ekspektasi atau harapan yang dimiliki terhadap kinerja yang diberikan oleh produk atau jasa yang digunakan.

### **2.1.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Tjiptono, 2001:102) menyatakan dalam bukunya bahwa “kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat

Menurut Fornell dikutip dari buku (Lupiyoadi, 2013:228) “Banyak manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan (customer satisfaction) yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Perusahaan jasa mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

### 2.1.3 Ciri-Ciri Kepuasan Pelanggan

Menurut (Kotler dan Keller, 2009:140) menyatakan dalam bukunya bahwa “Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitive terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin”.

### 2.1.4 Strategi Kepuasan Pelanggan

Menurut Schnaars dikutip dari buku (Tjiptono dan Chandra, 2015:228) “Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan sebuah perusahaan spesifik. Satu hal yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia”.

Menurut Chandra dikutip dari buku (Tjiptono dan Chandra, 2015:226) “Setidaknya ada delapan strategi utama yang dapat diintegrasikan dalam rangka meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Strategi manajemen ekspektasi pelanggan
2. *Relationship marketing & management*
3. *Aftermarketing*

4. Strategi retensi pelanggan
5. *Superior customer service*
6. *Technology infusion strategy*
7. Sistem penanganan complain secara efektif
8. Strategi pemulihan layanan

Menurut (Irawan, 2019:18) menyatakan dalam bukunya bahwa “pada dasarnya ada dua hal fundamental yang harus disadari setiap perusahaan dalam menformulasikan kepuasan pelanggan.

1. Strategi kepuasan pelanggan haruslah mulai dengan harapan pelanggan. Secara sederhana, kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan.
2. Strategi kepuasan pelanggan haruslah dimulai dengan memilih pelanggan yang benar. Karena apabila perusahaan sudah maksimal melakukan perbaikan produk atau pelayanan, ternyata masalahnya adalah pemilihan pelanggan yang tidak pas. Tidak pas karena salah dalam strategi segmentasi dan targeting.

Berdasarkan beberapa strategi diatas dapat dikatakan bahwa beberapa strategi tersebut dapat digunakan bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

### 2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml dan Bitner dikutip dari buku (Lupiyoadi, 2013:228) “Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas Jasa.

Pendapat lain dari (Tjiptono, 2018:386) dalam bukunya menjelaskan “faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah:

1. *Expectancy Disconfirmation Model*. Model yang berkembang pada decade 1970an ini mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi yang memberikan hasil di mana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya dan sesuai dengan yang diharapkan.
2. *Equity Theory*. Model tradisional *equity theory* (dikenal pula dengan istilah keadilan distributive dalam literature sosiologi) berusaha mengoperasionalisasikan prinsip utama pertukaran (*exchange*).
3. *Attribution Theory*. Mengidentifikasi proses yang dilakukan seseorang dalam menentukan penyebab aksi/tindakan dirinya, orang lain, dan objek tertentu.
4. *Experientially Based Affective Feelings*. Pendekatan eksperiensial berpandangan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi perasaan positif dan negative yang diasosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah pembeliannya.
5. *Assimilation Contrast Theory*. Menurut teori ini, pelanggan mungkin menerima penyimpangan (deviasi) dari ekspektasinya dalam batas tertentu.

6. Opponent Proses Theory. Teori ini berusaha menjelaskan mengapa pengalaman pelanggan yang pada mulanya sangat memuaskan cenderung dievaluasi kurang memuaskan pada kejadian atau kesempatan berikutnya.
7. Model Anteseden dan Konsekuensi Pelanggan. Dalam model ini kepuasan pelanggan meliputi ekspektasi pelanggan (sebagai antisipasi kepuasan), diskonfirmasi ekspektasi (ekspektasi berperan sebagai standar pembandingan untuk kinerja), Kinerja (*performance*), *Affect* dan *Equity* (penilaian pelanggan terhadap keadilan *distributif*, *prosedural* dan *interaksional*). Sedangkan konsekuensi kepuasan pelanggan diklasifikasikan menjadi tiga kategori yaitu perilaku komplain, perilaku gethok tular negatif (*negative word of mouth*) dan niat beli ulang (*repurchase intention*).

#### 2.1.6 Dimensi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terjadi ketika harapan terpenuhi, atau bahkan lebih terpenuhi daripada yang diharapkan. Menurut (Irawan, 2019:37) dalam bukunya menyatakan “ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas produk. Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata produknya baik.
2. Harga. Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3. Kualitas Pelayanan. Faktor ini bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi yang besar sehingga kepuasan terhadap kualitas pelayanan sulit untuk ditiru.
4. Faktor Emosional. Faktor ini relatif penting karena rasa bangga, percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.
5. Kemudahan. Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan”.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu Kualitas produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Faktor emosional dan Kemudahan.

#### **2.1.7 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Rohman, 2017) adapun indikator dari kepuasan pelanggan yang berfokus dari keinginan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Keadilan dalam mendapatkan pelayanan.
2. Kesesuaian terhadap lokasi pembayaran.
3. Kesigapan petugas didalam pemberian pelayanan.
4. Penanganan keluhan yang disampaikan pelanggan terhadap perusahaan
5. Perhatian yang diberikan oleh petugas pelayanan.
6. Kesesuaian antara tarif dan jasa yang dikenakan kepada pelanggan.
7. Kesesuaian antara hasil atau kinerja yang diterima dengan harapan

Sedangkan menurut Kotler yang dikutip dari buku (Tjiptono & Diana, 2001:104) menyebutkan bahwa “Beberapa macam metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran. Organisasi yang berpusat pelanggan (*customer-centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, *customer hot lines*, dan lain-lain.
2. *Ghost shopping*. Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
3. *Lost customer analysis*. Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi.
4. Survei kepuasan pelanggan. Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung (McNeal dan Lamb dalam Peterson dan Wilson, 1992, p.61)

Menurut (Pramudhani dan Murhadi, 2022) terdapat indikator untuk mengukur dimensi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Indikator Kesesuaian Harapan Pelanggan
  - a. Pelayanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan
  - b. Pelayanan yang diberikan memuaskan pelanggan
  - c. Pelayanan yang diberikan berkualitas
2. Indikator Minat pelanggan untuk berkunjung kembali
  - a. Menggunakan kembali jasa perusahaan tersebut
  - b. Kecepatan layanan memuaskan pelanggan
  - c. Pelanggan akan berkunjung kembali jika ada masalah
3. *Word of Mouth*
  - a. Pelanggan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain
  - b. Pelanggan menceritakan pengalaman yang baik tentang perusahaan

## **2.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Goetsch & Davis dikutip dari buku (Tjiptono dan Chandra, 2015:115) “yang mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut American Society for Quality dikutip dari buku (Kotler dan Keller, 2009:143) mendefinisikan “Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut (Hasan, 2021) definisi kualitas pelayanan sebagai penilaian yang dilakukan oleh pelanggan terhadap keunggulan atau keistimewaan produk atau layanan yang diberikan secara merata.

Menurut ISO 9000 dikutip dari buku (Lupiyoadi, 2013) menginterpretasikan “kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.

Dari beberapa definisi yang telah dijelaskan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan bentuk penyediaan layanan yang optimal dan terbaik yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi harapan serta kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan setiap aspek penyediaan layanan yang ditawarkan agar dapat memberikan layanan yang berkualitas dan memenuhi harapan pelanggan. Dalam hal ini, perusahaan perlu berkomitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mencapai keberhasilan bisnis.

### **2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Menurut (Velnawaty, 2017) Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu : *excepted service* dan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*excepted service*), maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas layanan dianggap sebagai standar setinggi mungkin jika memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Di sisi lain, kualitas layanan dianggap

di bawah standar jika diberikan pada tingkat yang lebih rendah dari yang harapan. Oleh karena itu, apakah penyedia layanan secara konsisten memenuhi harapan pelanggan menentukan kualitas layanan.

Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2015:179) menyatakan dalam bukunya bahwa “Setiap perusahaan harus benar-benar memahami sejumlah faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas jasa, di antaranya:

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan. Salah satu karakteristik unik jasa adalah inseparability, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan
2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi. Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian jasa dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan.
3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai. Karyawan front-line merupakan ujung tombak sistem penyampaian jasa.
4. Gap komunikasi. Tak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin kontak dan relasi dengan pelanggan.
5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama. Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan, dan emosi masing-masing.
6. Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan. Di satu sisi, mengintroduksi jasa baru atau menyempurnakan jasa lama dapat

meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan yang buruk.

7. Visi bisnis jangka pendek. Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain) bisa merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

### 2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al. dikutip dari buku (Tjiptono dan Chandra 2015:137) “terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat
3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan

menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan”

#### **2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithaml & Bitner dikutip dari buku (Tjiptono dan Chandra 2015:138) “terdapat indikator bagi pelanggan menilai dimensi kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Indikatornya yaitu : Masalah diatasi dengan cepat dan selesai pada waktu yang dijanjikan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Indikatornya

yaitu : Mudah diakses, tidak lama menunggu, responsive terhadap permintaan.

3. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Indikatornya yaitu : Mekanik yang berpengalaman.
4. Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Indikatornya yaitu : Memberikan perhatian dan mengutamakan kepentingan pelanggan.
5. Bukti fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Indikatornya yaitu : Fasilitas pelayanan seperti ruang tunggu, seragam, peralatan.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Khanifah (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Mida Top Demak	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2.	Susi Susilawati (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Cakra Tunggal	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3.	Rizan (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Moya Shop Kota Gorontalo	Analisis Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
4.	Yuandani (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru	Analisa Kuantitatif yaitu dengan Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F (Uji simultan), Uji T (Uji parsial), Koefisien Determinasi, Uji	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru.

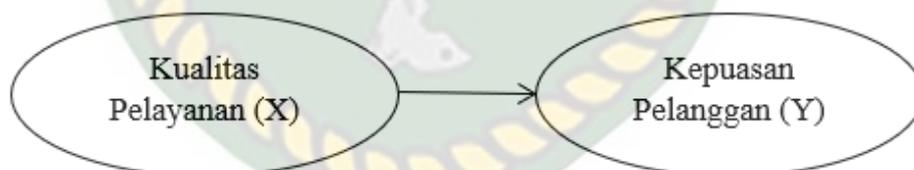
			Validitas dan Reliabilitas.	
5.	Sutrayoga dan Pramudana (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar	Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen bengkel mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar

Sumber : Jurnal dan Penelitian Terdahulu

#### 2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan telaah pustaka dan penelitian terdahulu, struktur pada penelitian ini dapat dibentuk sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Keterangan: Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan sebagai variabel independent (X) berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan teori-teori yang digunakan, maka diduga hipotesis sebagai berikut: “Diduga Kualitas Pelayanan Berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Barang Harian Grosir Wanda”



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2021:16) menyatakan dalam bukunya “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan” Data subjek yang berupa pendapat, sikap, pengalaman, atau karakteristik subjek penelitian secara individu maupun kelompok akan digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini. Tanggapan responden terhadap pernyataan pada kuesioner penelitian merupakan data primer dan sekunder yang digunakan.

### **3.2 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Jl. Tuanku Tambusai, Koto Taluk, Kec. Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau 29566.

### 3.3 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X) merupakan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. (Goetsch & Davis, 2010)	e. Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	-Bangunan toko -Kebersihan toko -Tampilan produk	Ordinal
	b. Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	-Responsif terhadap permintaan pelanggan. -Mengetahui kebutuhan pelanggan. -Cepat dalam merespon kebutuhan pelanggan	
	c. Jaminan ( <i>Assurance</i> )	-Jaminan harga -Jaminan kualitas produk yang sudah expired	
	d. Empati ( <i>Empathy</i> )	-Memberikan perhatian lebih spesifik kepada pelanggan. -Karyawan bersikap ramah, Memberikan informasi dan solusi terhadap pelanggan.	
	a. Keandalan ( <i>Reliability</i> )	- Karyawan memahami letak produk -Karyawan mengetahui variasi produk -Karyawan memberikan informasi dan solusi kepada pelanggan	
Kepuasan Pelanggan (Y) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja	a. Kesesuaian harapan pelanggan	-Pelayanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan. -Pelayanan yang diberikan	Ordinal

yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. (Kotler dan Keller, 2009)		memuaskan pelanggan.	
	b. Minat pelanggan untuk berkunjung kembali.	-Menggunakan kembali jasa perusahaan tersebut. -Kecepatan layanan memuaskan pelanggan.	
	c. Word of Mouth.	-Pelanggan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. -Pelanggan menceritakan pengalaman yang baik tentang perusahaan.	

Sumber : Jurnal dan Penelitian Terdahulu.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) menyatakan, bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas atau kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diselidiki kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang terlibat dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

#### 3.4.2 Sampel

Menurut Hindun Umiyati (2021), Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* (Sampling Aksidental), yaitu suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di Toko Grosir

Wanda di kota Teluk Kuantan. Kriteria pengunjung yang diambil sebagai sampel adalah pernah berbelanja di Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

Penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut, Ferdinan (2006)

:  $n = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan})$

$n = 5 \times 19$

$n = 95$

Dari hasil perhitungan rumus diatas maka dapat kita peroleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 95 responden.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan. Selain itu penelitian ini juga menggunakan studi dokumentasi untuk mempelajari jurnal. Penelitian menggunakan Skala Ordinal. Menurut (Sugiyono, 2021:146) yang dikutip dalam bukunya “Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial” Adapun skor yang diberikan untuk kebutuhan analisis kuantitatif sebagai berikut:

Nilai 5 = Sangat Setuju

Nilai 4 = Setuju

Nilai 3 = Cukup Setuju

Nilai 2 = Tidak Setuju

Nilai 1 = Sangat Tidak Setuju

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2021:9) menyatakan dalam bukunya bahwa “Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang di angkakan (skorsing).

2. Data Primer, yaitu data yang penulis peroleh secara langsung dari responden yang meliputi asal usul responden dan hasil tanggapan yang diberikan.

3. Data Sekunder, Menurut (Sugiyono, 2021:194) menyatakan dalam bukunya bahwa sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen” Informasi sekunder dalam penelitian ini ialah berbentuk informasi yang diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, serta web yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali, (2018) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dilakukan dengan membandingkan nilai hitung dengan r tabel untuk degree Of Freedom  $(df)=n-2$  , dalam hal ini n adalah jumlah

sampel dan  $\alpha=0,05$ . Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  table dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali, (2018) Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable dan handal ketika jawaban responden adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji Statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ .

### 3.8 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan digunakan rumus regresi linier sederhana yang diolah dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 26.

$$Y = a + b.X$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta

b = Nilai arah atau koefisien regresi untuk menentukan prediksi dengan menunjukkan peningkatan (+) atau penurunan (-) variabel Y.

X = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

### 3.9 Uji t (Parsial)

Uji-t akan memberikan gambaran seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis SPSS Versi 26 yang akan diambil Significance 0.05 dengan kriteria uji-t sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka hipotesis ditolak, yang berarti secara parsial variabel bebas (independen) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen).
2. Jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka hipotesis diterima, yang berarti secara parsial variabel bebas (independen) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

### 3.10 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ganda yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas (X) secara serempak terhadap variable terikat (Y) dengan pengolahan data melalui SPSS versi 26.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Karakteristik Responden**

Dari paparan yang sudah disebutkan pada bab sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan. Untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti, dilakukan pengolahan terhadap data melalui perhitungan statistik SPSS versi 26. Sebelum penulis merincikan temuan-temuan terkait pada penelitian ini, ada baiknya melihat terlebih dahulu gambaran umum dan karakteristik responden. Selain itu, dapat digunakan untuk menambah informasi yang akan membantu memperjelas karakteristik responden dan menjelaskan latar belakang situasi responden. Data responden dapat dilihat dibawah ini:

##### **4.1.1 Responden Berdasarkan Usia**

Umur menjadi hal yang penting dari seseorang dalam melakukan sebuah aktivitas kerja. Dikarenakan dengan semakin lanjut usia seseorang maka dapat terlihat seberapa efektif dan efisiennya dalam melakukan sebuah pekerjaan. Terutama terlihat pada faktor kesehatan, ketelitian, konsentrasi serta ketahanan fisik dalam bekerja dan faktor lainnya, Adapun tingkat usia responden dari penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia

Klasifikasi Tingkat Umur	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
20-29 Tahun	15	15.79%
30-39 Tahun	45	47.37%
40-49 Tahun	35	36.84%
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Olahan Data Primer, 2024*

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat umur responden dalam penelitian ini sebagian responden dengan rentang usia 20-29 tahun berjumlah 15 orang dengan persentase 15.79%. Responden dengan rentang usia 30-39 tahun berjumlah 45 orang dengan persentase 47.37%. Responden dengan usia 40-49 tahun berjumlah 35 orang dengan persentase 36.84%. Berdasarkan hasil rekapitulasi diatas responden pada penelitian ini didominasi dengan rentang usia 30-39 tahun dengan responden sebanyak 45 orang.

#### 4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Salah satu yang harus dilihat dari karakteristik responden adalah jenis kelamin responden. Adapun jenis kelamin responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	34	35.79%
Perempuan	61	64.21%
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Olahan Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden keseluruhan adalah laki-laki berjumlah 34 orang dengan persentase 35.79% dan perempuan

berjumlah 61 orang dengan persentase 64.21%. Penelitian ini didominasi oleh perempuan.

#### 4.1.3 Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi kinerja dari karyawan tersebut. Berikut ini merupakan tingkat pendidikan karyawan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SMP	7	7.37%
SMA/SMK	61	64.21%
S1	27	28.42%
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Olahan Data Primer, 2024*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa latar belakang pendidikan responden Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan dengan tingkat pendidikan SMA/SMK mendominasi pada penelitian ini.

## 4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur kevalidan suatu data kusioner. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrumen valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila *corected item-total correlation* lebih besar dari r-Tabel. Berikut hasil uji validitas pada penelitian ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<b>Kualitas Pelayanan (X)</b>	0.575	0.220	Valid
	0.449	0.220	Valid
	0.557	0.220	Valid
	0.668	0.220	Valid
	0.668	0.220	Valid
	0.616	0.220	Valid
	0.531	0.220	Valid
	0.592	0.220	Valid
	0.687	0.220	Valid
	0.687	0.220	Valid
	0.687	0.220	Valid
	0.499	0.220	Valid
	0.327	0.220	Valid
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	0.790	0.220	Valid
	0.665	0.220	Valid
	0.457	0.220	Valid
	0.685	0.220	Valid
	0.671	0.220	Valid
	0.654	0.220	Valid

Sumber : Olahan SPSS versi 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat seluruh kuesioner dinyatakan valid, karena nilai rHitung > rTabel (0.220).

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menguji suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* > 0.60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0.838	0.60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.733	0.60	Reliabel

Sumber : Olahan SPSS versi 26, 2024

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Nilai Cronbach Alpha tiap variabel > 0.60, maka seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel.

### 4.3 Analisis Deskriptif

#### 4.3.1 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

Menurut Goetsch & Davis dikutip dari buku (Tjiptono dan Chandra, 2015:115) “yang mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Berikut ini merupakan hasil tanggapan dari variabel kualitas pelayanan:

#### 1. Bukti Fisik

##### a. Fasilitas Pelayanan yang Lengkap Serta Bangunan Toko yang Memadai

Bangunan toko yang memadai berarti bangunan tersebut dirancang dan dibangun dengan memperhatikan aspek kenyamanan, keamanan, dan estetika. Ini meliputi tata letak yang strategis sehingga mudah diakses, ruang yang cukup luas untuk mengakomodasi barang-barang dagangan serta pengunjung, pencahayaan yang baik, sistem ventilasi dan pendingin udara yang optimal, serta perlengkapan keselamatan seperti alat pemadam kebakaran dan pintu darurat. Bangunan yang memadai juga harus mempertimbangkan faktor keberlanjutan lingkungan dengan menggunakan

material ramah lingkungan dan teknologi hemat energi. Dengan demikian, bangunan toko yang memadai tidak hanya menunjang operasional sehari-hari tetapi juga meningkatkan citra dan reputasi toko di mata pelanggan.

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Pelayanan yang Lengkap Serta Bangunan Toko yang Memadai

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	38	40%
2	Setuju	57	60%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Olahan Data, 2024*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai fasilitas pelayanan yang lengkap serta bangunan toko yang memadai dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 38 orang dengan persentase 40%. Responden yang menyatakan setuju ada 57 orang dengan persentase 60%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai fasilitas yang disediakan sudah baik dan bangunan sudah memadai.

b. Lingkungan Sekitar Toko yang Bersih dan Nyaman.

Lingkungan sekitar toko yang bersih dan nyaman sangat penting untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi pelanggan. Kebersihan lingkungan meliputi area parkir, jalanan di sekitar toko, serta tempat pembuangan sampah yang teratur dan tidak mengganggu. Kenyamanan ditingkatkan dengan adanya taman atau area hijau, tempat duduk, serta pencahayaan yang memadai untuk keselamatan dan keamanan. Lingkungan yang bersih dan nyaman tidak hanya menarik lebih banyak

pengunjung tetapi juga menunjukkan komitmen toko terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan, sekaligus meningkatkan reputasi toko di komunitas sekitar.

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Lingkungan Sekitar Toko yang Bersih dan Nyaman

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	45	47.37%
2	Setuju	50	52.63%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai lingkungan sekitar toko yang bersih dan nyaman dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 45 orang dengan persentase 47.37%. Responden yang menyatakan setuju ada 50 orang dengan persentase 52.63%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan merasakan suasana yang nyaman dan menilai lingkungan toko yang bersih.

c. Tampilan Produk yang Baik dan Menarik Pelanggan.

Tampilan produk yang baik dan menarik pelanggan sangat penting dalam dunia ritel. Produk yang ditata dengan rapi, mudah diakses, dan disertai pencahayaan yang tepat dapat menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Penataan yang menarik mencakup penggunaan display kreatif, signage informatif, serta pemilihan warna dan tema yang sesuai dengan identitas toko. Selain itu, pengelompokan produk berdasarkan kategori atau promosi khusus dapat memudahkan pelanggan

menemukan apa yang mereka butuhkan. Tampilan produk yang estetik dan fungsional menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan meningkatkan potensi penjualan.

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Tampilan Produk yang Baik dan Menarik Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	42	44.21%
2	Setuju	53	55.79%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Olahan Data, 2024*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai tampilan produk yang baik dan menarik pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 42 orang dengan persentase 44.21%. Responden yang menyatakan setuju ada 53 orang dengan persentase 55.79%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai bahwa tampilan produk yang dijual dalam keadaan baik dan menarik.

## 2. Daya Tanggap

### a. Toko Responsif Terhadap Permintaan Pelanggan.

Toko yang responsif terhadap permintaan pelanggan adalah toko yang cepat menanggapi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini mencakup kemampuan untuk menerima dan memproses feedback secara efektif, menyesuaikan stok barang berdasarkan tren dan permintaan pasar, serta menyediakan layanan pelanggan yang sigap dan membantu. Responsivitas ini menciptakan rasa dihargai bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan mereka, dan mendorong

loyalitas jangka panjang. Dengan berfokus pada kebutuhan pelanggan, toko dapat membangun reputasi yang baik dan mempertahankan daya saing di pasar.

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Toko Responsif Terhadap Permintaan Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	26	27.37%
2	Setuju	69	72.63%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai Toko responsif terhadap permintaan pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 26 orang dengan persentase 27.37%. Responden yang menyatakan setuju ada 69 orang dengan persentase 72.63%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai bahwa karyawan toko responsif dalam menanggapi permintaan pelanggan.

b. Toko Mengetahui Kebutuhan Pelanggan Dalam Memenuhi Kebutuhan

Toko yang mengetahui kebutuhan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan adalah toko yang memahami preferensi, keinginan, dan ekspektasi konsumen. Melalui riset pasar, analisis data, dan interaksi langsung, toko dapat mengenali pola belanja, produk yang paling diminati, serta layanan yang diharapkan. Pengetahuan ini memungkinkan toko untuk menyediakan barang dan jasa yang tepat, menyesuaikan penawaran sesuai dengan tren, dan memberikan rekomendasi yang relevan. Dengan demikian, toko dapat secara

efektif memenuhi kebutuhan pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan mendorong loyalitas pelanggan.

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Toko Mengetahui Kebutuhan Pelanggan Dalam Memenuhi Kebutuhan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	29	30.53%
2	Setuju	66	69.47%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai Toko mengetahui kebutuhan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 29 orang dengan persentase 30.53%. Responden yang menyatakan setuju ada 66 orang dengan persentase 69.47%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai bahwa toko dapat memenuhi kebutuhan yang pelanggan butuhkan.

c. Toko Cepat Dalam Merespon Kebutuhan Pelanggan

Toko yang cepat dalam merespon kebutuhan pelanggan adalah toko yang mampu memberikan pelayanan dengan segera dan efisien. Hal ini melibatkan penanganan permintaan dan keluhan pelanggan dengan cepat, memastikan ketersediaan stok barang, serta memberikan informasi yang diperlukan secara real-time. Kecepatan dalam merespon membuat pelanggan merasa dihargai dan didengarkan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Dengan respons cepat, toko dapat menjaga kepercayaan pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar.

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Toko Cepat Dalam Merespon Kebutuhan Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	28	29.47%
2	Setuju	67	70.53%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai Toko cepat dalam merespon kebutuhan pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 28 orang dengan persentase 29.47%. Responden yang menyatakan setuju ada 67 orang dengan persentase 70.53%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai bahwa toko cepat dalam memenuhi kebutuhan yang pelanggan butuhkan.

### 3. Jaminan

#### a. Toko Memberikan Jaminan Harga Kepada Pelanggan

Toko yang memberikan jaminan harga kepada pelanggan berkomitmen untuk menawarkan harga terbaik dan memastikan bahwa pelanggan mendapatkan nilai maksimal untuk uang mereka. Ini bisa berarti menyamakan harga dengan pesaing, memberikan pengembalian selisih harga jika ditemukan lebih murah di tempat lain, atau menawarkan penawaran khusus dan diskon. Jaminan harga ini memberikan kepercayaan kepada pelanggan bahwa mereka tidak membayar lebih dari yang seharusnya, meningkatkan kepuasan dan loyalitas, serta menarik lebih banyak pelanggan untuk berbelanja di toko tersebut.

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Toko Memberikan Jaminan Harga Kepada Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	23	24.21%
2	Setuju	72	75.79%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai Toko memberikan jaminan harga kepada pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 23 orang dengan persentase 24.21%. Responden yang menyatakan setuju ada 72 orang dengan persentase 75.79%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan memberikan jaminan harga kepada pelanggannya.

b. Toko Memberikan Jaminan Kualitas Produk

Toko yang memberikan jaminan kualitas produk memastikan bahwa setiap barang yang dijual memenuhi standar tinggi dan dapat diandalkan. Ini mencakup janji untuk mengganti atau mengembalikan uang untuk produk yang cacat atau tidak sesuai dengan deskripsi. Jaminan kualitas ini memberikan rasa aman kepada pelanggan bahwa mereka membeli produk yang berkualitas dan terpercaya, meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Dengan jaminan ini, toko menunjukkan komitmen terhadap integritas dan pelayanan prima.

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Toko Memberikan Jaminan Kualitas Produk

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	27	28.42%
2	Setuju	68	71.58%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai Toko memberikan jaminan kualitas produk dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 27 orang dengan persentase 28.42%. Responden yang menyatakan setuju ada 68 orang dengan persentase 71.58%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan memberikan jaminan kualitas produk kepada pelanggan.

#### 4. Empati

- a. Karyawan Toko Memberikan Arahan yang Spesifik Demi Kepentingan Pelanggan

Karyawan toko yang memberikan arahan spesifik demi kepentingan pelanggan memastikan bahwa setiap pertanyaan dan kebutuhan konsumen dijawab dengan jelas dan tepat. Mereka membantu pelanggan menemukan produk yang sesuai, memberikan rekomendasi berdasarkan kebutuhan individu, dan menawarkan informasi rinci tentang fitur dan manfaat barang. Arahan yang spesifik ini membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih baik, meningkatkan pengalaman berbelanja, dan membangun kepercayaan serta loyalitas terhadap toko.

Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Toko Memberikan Arahan yang Spesifik Demi Kepentingan Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	37	38.95%
2	Setuju	58	61.05%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai karyawan memberikan arahan yang spesifik demi kepentingan pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 37 orang dengan persentase 38.95%. Responden yang menyatakan setuju ada 58 orang dengan persentase 61.05%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan memberikan arahan kepada pelanggan terkait produk yang ada di dalam Toko.

b. Karyawan Toko Bersikap Ramah Kepada Pelanggan dan Memberikan Informasi Terkait Produk Kepada Pelanggan

Karyawan toko yang bersikap ramah kepada pelanggan menciptakan suasana belanja yang menyenangkan dan mengundang. Dengan sikap yang sopan dan hangat, mereka membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman. Selain itu, karyawan yang memberikan informasi terkait produk membantu pelanggan memahami fitur, manfaat, dan penggunaan barang yang ditawarkan. Kombinasi keramahan dan pengetahuan produk ini meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun hubungan baik, dan mendorong loyalitas serta kepercayaan terhadap toko.

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Toko Bersikap Ramah Kepada Pelanggan dan Memberikan Informasi Terkait Produk Kepada Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	41	43.62%
2	Setuju	54	56.38%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai karyawan toko bersikap ramah kepada pelanggan dan memberikan informasi terkait produk kepada pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 41 orang dengan persentase 43.62%. Responden yang menyatakan setuju ada 54 orang dengan persentase 56.38%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan memberikan informasi terkait produk dan bersikap ramah kepada pelanggan.

#### 5. Kehandalan

##### a. Karyawan Memahami Letak Produk yang Dijual

Karyawan yang memahami letak produk yang dijual mampu membantu pelanggan dengan efisien dalam menemukan barang yang mereka cari. Pengetahuan ini memungkinkan karyawan untuk memberikan petunjuk yang tepat dan cepat, mengarahkan pelanggan ke lokasi produk dengan mudah, dan menjawab pertanyaan terkait lokasi produk secara akurat. Dengan pemahaman yang baik tentang letak produk, karyawan meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, menghemat waktu mereka, dan memastikan bahwa proses belanja berjalan lancar dan memuaskan.

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memahami Letak Produk yang Dijual

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	35	36.84%
2	Setuju	60	63.16%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai karyawan toko memahami letak produk yang dijual kepada pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 35 orang dengan persentase 36.84%. Responden yang menyatakan setuju ada 60 orang dengan persentase 63.16%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai karyawan toko memahami letak produk yang dijual.

b. Karyawan Mengetahui Variasi Produk yang Dijual di Toko

Karyawan yang mengetahui variasi produk yang dijual di toko dapat memberikan informasi yang lengkap dan relevan kepada pelanggan mengenai berbagai pilihan yang tersedia. Dengan memahami perbedaan dan keunggulan setiap produk, karyawan dapat membantu pelanggan membuat keputusan yang tepat, menawarkan alternatif sesuai kebutuhan, dan memberikan saran yang berguna. Pengetahuan ini meningkatkan kepercayaan pelanggan, mempermudah proses belanja, dan menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih memuaskan.

Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Mengetahui Variasi Produk yang Dijual di Toko

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	39	41.05%
2	Setuju	56	58.95%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai karyawan toko memahami variasi produk yang dijual di toko dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 39 orang dengan persentase 41.05%. Responden yang menyatakan setuju ada 56 orang dengan persentase 58.95%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai karyawan toko memahami variasi produk yang dijual di toko.

c. Karyawan Memberikan Informasi dan Solusi Mengenai Produk yang Dijual Kepada Pelanggan

Karyawan yang memberikan informasi dan solusi mengenai produk yang dijual membantu pelanggan memahami fitur, manfaat, dan cara penggunaan barang dengan jelas. Mereka menjelaskan detail produk, menjawab pertanyaan, dan menawarkan solusi sesuai kebutuhan pelanggan, baik itu mengenai pemilihan produk yang tepat atau penyelesaian masalah terkait produk. Dengan memberikan informasi yang lengkap dan solusi yang relevan, karyawan memastikan pelanggan merasa puas dan yakin dengan keputusan pembelian mereka, serta meningkatkan pengalaman berbelanja secara keseluruhan.

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memberikan Informasi dan Solusi Mengenai Produk yang Dijual Kepada Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	43	45.26%
2	Setuju	52	54.74%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai karyawan toko memberikan informasi dan solusi mengenai produk yang dijual kepada pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 43 orang dengan persentase 45.26%. Responden yang menyatakan setuju ada 52 orang dengan persentase 54.74%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai karyawan toko memberikan informasi dan solusi mengenai produk yang dijual.

Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Terkait Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan (X)	Skor Jawaban					Skor
	5	4	3	2	1	
<b>Bukti Fisik</b>						
Fasilitas Pelayanan yang Lengkap Serta Bangunan Toko yang Memadai	38	57	0	0	0	<b>418</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>190</b>	<b>228</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Lingkungan Sekitar Toko yang Bersih dan Nyaman	45	50	0	0	0	<b>425</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>225</b>	<b>200</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Tampilan Produk yang Baik dan Menarik Pelanggan	42	53	0	0	0	<b>422</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>210</b>	<b>212</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Daya Tanggap</b>						

Toko Responsif Terhadap Permintaan Pelanggan	26	69	0	0	0	<b>406</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>130</b>	<b>276</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Toko Mengetahui Kebutuhan Pelanggan Dalam Memenuhi Kebutuhan	29	66	0	0	0	<b>409</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>145</b>	<b>264</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Toko Cepat Dalam Merespon Kebutuhan Pelanggan	28	67	0	0	0	<b>408</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>140</b>	<b>268</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Jaminan</b>						
Toko Memberikan Jaminan Harga Kepada Pelanggan	23	72	0	0	0	<b>403</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>115</b>	<b>288</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Toko Memberikan Jaminan Kualitas Produk	27	68	0	0	0	<b>407</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>135</b>	<b>272</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Empati</b>						
Karyawan Toko Memberikan Arahan yang Spesifik Demi Kepentingan Pelanggan	37	58	0	0	0	<b>417</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>185</b>	<b>232</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Karyawan Toko Bersikap Ramah Kepada Pelanggan dan Memberikan Informasi Terkait Produk Kepada Pelanggan	41	54	0	0	0	<b>421</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>205</b>	<b>216</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Kehandalan</b>						
Karyawan Memahami Letak Produk yang Dijual	35	60	0	0	0	<b>415</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>175</b>	<b>240</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Karyawan Mengetahui Variasi Produk yang Dijual di Toko	39	56	0	0	0	<b>419</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>195</b>	<b>224</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Karyawan Memberikan Informasi dan Solusi Mengenai Produk yang Dijual Kepada Pelanggan	43	52	0	0	0	<b>423</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>215</b>	<b>208</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Total Skor</b>						<b>5.393</b>
<b>Skor Tertinggi</b>						<b>425</b>
<b>Skor Terendah</b>						<b>403</b>

<b>Kriteria Penilaian</b>	<b>Sangat Baik</b>
---------------------------	--------------------

Sumber : Data Olahan, 2024

Untuk mengetahui jumlah skor ideal seluruh jawaban responden, maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini :

$$\text{Skor Maksimal} : \sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum \text{Responden}$$

$$: 13 \times 5 \times 95 = 6.175$$

$$\text{Skor Minimal} : \sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum \text{Responden}$$

$$: 13 \times 1 \times 95 = 1.235$$

$$\text{Rata-Rata} : \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$$

$$: \frac{6.175 - 1.235}{5}$$

$$: 988$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel kualitas pelayanan dapat ditentukan dibawah ini:

$$\text{Sangat Baik} = 6.175 - 5.187$$

$$\text{Baik} = 5.187 - 4.199$$

$$\text{Netral} = 4.199 - 3.211$$

$$\text{Tidak Baik} = 3.211 - 2.223$$

$$\text{Sangat Tidak Baik} = 2.223 - 1.235$$

Berdasarkan pada tabel tersebut hasil skor total untuk variabel kualitas pelayanan sebesar **5.393** pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara yang termasuk dalam kategori **Sangat Baik**. Hal ini dikarenakan bahwa hasil tanggapan responden menilai kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan sudah baik dalam penerapannya.

Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan dapat dinilai dari berbagai aspek. Pertama, kecepatan layanan. Karyawan di Toko Grosir Wanda dikenal responsif dan cepat dalam melayani pelanggan. Mereka tanggap dalam menangani pertanyaan dan permintaan pelanggan, baik secara langsung di toko maupun melalui layanan telepon atau pesan singkat.

Kedua, keramahan dan sikap karyawan. Karyawan di Toko Grosir Wanda selalu menyapa pelanggan dengan senyum dan memberikan layanan dengan sopan. Mereka berusaha menciptakan suasana yang ramah dan menyenangkan, sehingga pelanggan merasa nyaman dan dihargai.

Ketiga, pengetahuan produk. Karyawan di Toko Grosir Wanda memiliki pemahaman yang baik tentang produk yang mereka jual. Mereka mampu memberikan informasi detail tentang berbagai produk, termasuk manfaat, cara penggunaan, dan harga. Hal ini membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang tepat.

Keempat, ketersediaan barang. Toko Grosir Wanda selalu menjaga stok barang agar tetap tersedia dan lengkap. Karyawan melakukan pengecekan rutin dan pengisian ulang stok untuk memastikan tidak ada kekosongan barang yang dicari oleh pelanggan.

Kelima, kebersihan dan kerapian toko. Karyawan di Toko Grosir Wanda menjaga kebersihan dan kerapian toko dengan baik. Produk ditata rapi di rak-rak, dan area penjualan selalu dalam kondisi bersih, sehingga menciptakan lingkungan belanja yang nyaman dan menarik bagi pelanggan.

Keenam, kemampuan menangani keluhan. Karyawan di Toko Grosir Wanda terlatih dalam menangani keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan. Mereka mendengarkan dengan baik, memberikan solusi yang memuaskan, dan memastikan bahwa pelanggan meninggalkan toko dengan pengalaman positif.

Terakhir, inovasi layanan. Toko Grosir Wanda selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan mengadopsi teknologi dan inovasi baru. Misalnya, mereka mungkin menyediakan layanan pembayaran digital, pengiriman barang, atau program loyalitas pelanggan untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, karyawan Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menunjukkan dedikasi dan profesionalisme dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, yang menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas pelanggan dan reputasi toko.

### 4.3.2 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dikutip dari buku (Lupiyoadi, 2013:228) “Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Berikut ini merupakan hasil tanggapan responden terkait variabel kepuasan pelanggan:

#### 1. Kesesuaian Harapan Pelanggan

##### a. Pelayanan yang diberikan Toko Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Pelayanan yang diberikan toko sesuai dengan harapan pelanggan berarti bahwa toko mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen dalam berbagai aspek, seperti kualitas produk, kecepatan layanan, dan sikap karyawan. Ini mencakup pemahaman yang mendalam tentang apa yang diinginkan pelanggan, memberikan pengalaman belanja yang memuaskan, serta menangani setiap permintaan atau keluhan dengan efektif. Dengan menyelaraskan pelayanan dengan harapan pelanggan, toko menciptakan kepuasan dan loyalitas, serta meningkatkan reputasi dan daya tariknya di pasar.

Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan yang diberikan Toko Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	48	50.53%
2	Setuju	47	49.47%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan karyawan toko sesuai dengan harapan pelanggan dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 48 orang dengan persentase 50.53%. Responden yang menyatakan setuju ada 47 orang dengan persentase 49.47%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai pelayanan yang diberikan karyawan toko sudah baik.

b. Pelayanan yang Diberikan Karyawan Toko Membuat Pelanggan Puas

Pelayanan yang diberikan karyawan toko yang membuat pelanggan puas mencakup interaksi yang ramah, efisien, dan profesional, serta kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik. Karyawan yang memberikan perhatian penuh, mendengarkan dengan seksama, dan menawarkan solusi yang tepat memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan. Kepuasan pelanggan tercapai ketika mereka merasa dilayani dengan baik, mendapatkan informasi yang diperlukan, dan mengalami proses belanja yang menyenangkan dan tanpa hambatan.

Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan yang Diberikan Karyawan Toko Membuat Pelanggan Puas

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	34	35.79%
2	Setuju	61	64.21%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pelayanan yang diberikan karyawan toko membuat pelanggan puas dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 34 orang dengan persentase 35.79%. Responden yang menyatakan setuju ada 61 orang dengan persentase 64.21%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menilai pelayanan yang diberikan karyawan toko membuat pelanggan puas.

## 2. Minat Pelanggan Untuk Berkunjung Kembali

### a. Pelanggan Melakukan Pembelian Ulang ke Toko

Pelanggan yang melakukan pembelian ulang ke toko menunjukkan bahwa mereka puas dengan pengalaman berbelanja sebelumnya. Ini mencerminkan kepuasan terhadap produk, pelayanan yang memuaskan, serta nilai yang diterima dari transaksi. Pembelian ulang menunjukkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap toko, yang sering kali dipengaruhi oleh kualitas produk, keramahan karyawan, dan pelayanan yang konsisten. Keberhasilan dalam menciptakan pengalaman positif membuat pelanggan merasa yakin untuk kembali berbelanja di toko yang sama.

Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Melakukan Pembelian Ulang ke Toko

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	35	36.84%
2	Setuju	69	63.16%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pelanggan melakukan pembelian ulang ke Toko dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 35 orang dengan persentase 36.84%. Responden yang menyatakan setuju ada 69 orang dengan persentase 63.16%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan melakukan pembelian ulang ke toko karena pelayanan yang diberikan baik.

b. Kecepatan Pelayanan Membuat Pelanggan Puas

Kecepatan pelayanan yang memuaskan pelanggan berarti bahwa toko dapat menangani transaksi dan permintaan dengan cepat dan efisien. Ketika pelanggan mendapatkan layanan tanpa harus menunggu lama, mereka merasa dihargai dan diperhatikan. Kecepatan dalam melayani tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga menciptakan pengalaman belanja yang lancar dan menyenangkan, yang mendorong mereka untuk kembali lagi dan merekomendasikan toko kepada orang lain.

Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Pelayanan Membuat Pelanggan Puas

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	52	54.74%
2	Setuju	43	45.26%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai kecepatan pelayanan membuat pelanggan puas dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 52 orang dengan persentase 54.74%. Responden yang menyatakan setuju ada 43

orang dengan persentase 45.26%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan merasa puas karena kecepatan pelayanan yang diberikan karyawan Toko.

### 3. *Word Of Mouth*

#### a. Pelanggan Merekomendasikan Toko Kepada Orang Lain

Pelanggan yang merekomendasikan toko kepada orang lain menunjukkan bahwa mereka sangat puas dengan pengalaman berbelanja yang mereka alami. Kepuasan ini biasanya disebabkan oleh produk berkualitas, pelayanan yang baik, dan pengalaman belanja yang positif secara keseluruhan. Rekomendasi pelanggan menjadi bentuk promosi yang kuat, karena orang cenderung mempercayai saran dari teman atau keluarga lebih dari iklan, yang dapat meningkatkan reputasi dan menarik lebih banyak pelanggan baru ke toko.

Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Merekomendasikan Toko Kepada Orang Lain

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	44	46.32%
2	Setuju	51	53.68%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Olahan Data, 2024*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pelanggan merekomendasikan toko kepada orang lain dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 44 orang dengan persentase 46.32%. Responden yang menyatakan setuju ada 51 orang dengan persentase 53.68%. Hal ini

menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan merekomendasikan toko kepada orang lain.

b. Pelanggan Menceritakan Pengalaman Baik Saat Berbelanja di Toko

Pelanggan yang menceritakan pengalaman baik saat berbelanja di toko menunjukkan bahwa mereka sangat puas dengan layanan dan produk yang diterima. Cerita positif ini mencakup pelayanan yang ramah, proses belanja yang lancar, serta kualitas produk yang memuaskan. Pengalaman baik yang dibagikan secara lisan dapat memperkuat reputasi toko, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap toko tersebut.

Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Pelanggan Menceritakan Pengalaman Baik Saat Berbelanja di Toko

No	Klasifikasi Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	51	46.32%
2	Setuju	44	53.68%
3	Kurang Setuju	-	-
4	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : *Olahan Data, 2024*

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai pelanggan menceritakan pengalaman baik saat berbelanja di Toko dari 95 orang responden menyatakan sangat setuju ada 51 orang dengan persentase 46.32%. Responden yang menyatakan setuju ada 44 orang dengan persentase 53.68%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan menceritakan pengalaman baik kepada orang lain saat berbelanja di Toko.

Tabel 4.26 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Terkait Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas Pelayanan (X)	Skor Jawaban					Skor
	5	4	3	2	1	
<b>Kesesuaian Harapan Pelanggan</b>						
Pelayanan yang diberikan Toko Sesuai Dengan Harapan Pelanggan	48	47	0	0	0	<b>428</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>240</b>	<b>188</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Pelayanan yang Diberikan Karyawan Toko Membuat Pelanggan Puas	34	61	0	0	0	<b>414</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>170</b>	<b>244</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Minat Pelanggan Untuk Berkunjung Kembali</b>						
Pelanggan Melakukan Pembelian Ulang ke Toko	35	60	0	0	0	<b>415</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>175</b>	<b>240</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Kecepatan Pelayanan Membuat Pelanggan Puas	52	43	0	0	0	<b>432</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>260</b>	<b>172</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Word of Mouth</b>						
Pelanggan Merekomendasikan Toko Kepada Orang Lain	44	51	0	0	0	<b>424</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>220</b>	<b>204</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Pelanggan Menceritakan Pengalaman Baik Saat Berbelanja di Toko	51	44	0	0	0	<b>431</b>
<b>Bobot Nilai</b>	<b>255</b>	<b>176</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
<b>Total Skor</b>						<b>2.544</b>
<b>Skor Tertinggi</b>						<b>432</b>
<b>Skor Terendah</b>						<b>414</b>
<b>Kriteria Penilaian</b>						<b>Sangat Baik</b>

Sumber : Data Olahan, 2024

Untuk mengetahui jumlah skor ideal seluruh jawaban responden, maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini :

Skor Maksimal :  $\sum \text{item} \times \text{bobot tertinggi} \times \sum \text{Responden}$

$$: 6 \times 5 \times 95 = 2.850$$

Skor Minimal :  $\sum \text{item} \times \text{bobot terendah} \times \sum \text{Responden}$

$$: 6 \times 1 \times 95 = 570$$

Rata-Rata :  $\frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5}$

$$: \frac{2.850 - 570}{5}$$

$$: 456$$

Untuk mengetahui tingkat kategori variabel kepuasan pelanggan dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat Baik =  $2.850 - 2.394$

Baik =  $2.394 - 1.938$

Netral =  $1.938 - 1.482$

Tidak Baik =  $1.482 - 1.026$

Sangat Tidak Baik =  $1.026 - 570$

Berdasarkan pada tabel tersebut hasil skor total untuk variabel kepuasan pelanggan sebesar **2.544** pada skala penelitian skor tersebut berada pada rentang skala antara yang termasuk dalam kategori **Sangat Baik**. Hal ini dikarenakan bahwa hasil tanggapan responden menilai kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan sudah baik dalam penerapannya.

Kepuasan pelanggan di Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan bisa dilihat dari berbagai indikator yang mencerminkan pengalaman positif pelanggan saat berbelanja di toko tersebut. Pelanggan yang puas biasanya menunjukkan rasa senang dan loyal terhadap toko, yang bisa dilihat dari beberapa aspek utama.

Pertama, responsivitas dan kecepatan layanan. Pelanggan merasa puas ketika mereka dilayani dengan cepat dan efisien. Di Toko Grosir Wanda, karyawan yang tanggap dan cekatan dalam melayani kebutuhan pelanggan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Mereka mampu menangani transaksi dengan cepat, menjawab pertanyaan pelanggan dengan tepat, dan memberikan solusi atas permasalahan yang muncul.

Kedua, keramahan dan sikap karyawan. Sikap ramah dan sopan dari karyawan menjadi faktor penting yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa dihargai ketika mereka disambut dengan senyum dan mendapatkan pelayanan yang hangat. Karyawan yang bersikap ramah dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan betah berbelanja di toko tersebut.

Ketiga, kualitas produk dan ketersediaannya. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas barang yang dijual. Toko Grosir Wanda dikenal dengan produk-produknya yang berkualitas tinggi dan harga yang bersaing. Ketersediaan barang yang lengkap juga menjadi faktor penting, karena pelanggan tidak perlu khawatir kehabisan stok atau harus mencari barang di tempat lain.

Keempat, kebersihan dan kerapian toko. Toko yang bersih dan rapi menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Di Toko

Grosir Wanda, kebersihan toko selalu dijaga, produk ditata dengan rapi, dan area penjualan selalu dalam kondisi yang teratur. Hal ini membuat pelanggan merasa nyaman dan senang untuk berbelanja lebih lama.

Kelima, penanganan keluhan dan masalah. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh bagaimana toko menangani keluhan dan masalah yang muncul. Di Toko Grosir Wanda, karyawan yang terlatih dalam menangani keluhan pelanggan dengan baik dapat meningkatkan kepuasan. Mereka mendengarkan keluhan dengan baik, memberikan solusi yang memuaskan, dan memastikan bahwa pelanggan merasa diperhatikan.

Terakhir, inovasi layanan. Toko Grosir Wanda selalu berusaha untuk meningkatkan pelayanan melalui berbagai inovasi. Misalnya, mereka mungkin menyediakan layanan pengiriman, program loyalitas, atau metode pembayaran yang lebih mudah. Inovasi-inovasi ini memberikan nilai tambah dan membuat pelanggan merasa lebih puas dengan layanan yang diberikan.

Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan di Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan tercermin dari pengalaman positif yang dirasakan oleh pelanggan. Layanan yang cepat dan responsif, sikap ramah karyawan, kualitas dan ketersediaan produk, kebersihan dan kerapian toko, penanganan keluhan yang baik, serta inovasi layanan menjadi faktor-faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas mereka terhadap toko tersebut.

#### **4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana**

Berikut ini merupakan hasil dari analisis regresi linear sederhana:

Tabel 4.27 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	11.764	2.984		3.943
	Kualitas_Pelayanan	.366	.352	.499	5.092

Berdasarkan tabel maka diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai

berikut :

$$Y = 11.764 + 0.366x$$

- a. Nilai konstanta sebesar 11.764 menyatakan bahwa jika nilai variabel kualitas pelayanan sama dengan nol maka nilai kepuasan pelanggan yaitu sebesar 11.764.
- b. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0.366 menunjukkan bahwa setiap perubahan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelangga sebesar 0.366.

#### 4.5 Uji t (Parsial)

Uji t atau uji masing-masing berguna untuk mengetahui pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat. Berikut hasil uji t (Parsial):

Tabel 4.28 Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	11.764	2.984		3.943
	Kualitas_Pelayanan	.366	.352	.499	5.092

Nilai ttabel =  $t(a/2 ; n-k-1) = t(0.05/2 ; 95-1-1) = t(0,025 ; 78)$  adalah

sebesar 1.994. Berdasarkan hasil pada tabel diatas diketahui bahwa:

- a. Variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $5.092 > t$  tabel (1.994). Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

#### 4.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ):

Tabel 4.29 Hasil Uji R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 <sup>a</sup>	.498	.477	1.03085

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.498 yang artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 49.8%. Sedangkan sisanya  $(100\% - 49.8\%) = 50.2\%$  dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

#### 4.7 Pembahasan

##### 4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan. Hasil regresi linear

berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dimana dengan baiknya kualitas pelayanan yang diberikan akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Khanifah (2022) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rizan (2022) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan. Hal ini memberikan arti jika kualitas pelayanan yang diberikan baik dan bersikap ramah kepada pelanggan serta mengerti produk yang akan ditawarkan kepada pelanggan, maka kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan juga akan ikut meningkat.
2. Hasil uji R-Square sebesar 49.8%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 49.8% terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

#### **5.2 Saran**

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk pihak Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan agar mempertahankan dan terus mengembangkan kualitas pelayanan untuk para pelanggan agar dapat meningkatkan penjualan.
2. Untuk pihak Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan agar memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai cara untuk melayani pelanggan dengan baik agar karyawan semakin kompeten dalam melayani

pelanggan dan pelanggan akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Toko Grosir Wanda di kota Teluk Kuantan.

3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan variabel lain selain yang sudah diteliti dalam penelitian ini agar dapat menambah wawasan dan sudut pandang yang baru terkait faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Allora Rizka. (2019) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Tunas Auto Graha Cabang Kota Lubuk Linggau Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
- Baba, Ali. (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Service Mobil Suzuki Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Megahputra Sejahtera Makassar.
- Budiono, Agung. (2014) Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung. *E-Journal Graduate Unpar Part A : Economics ISSN: 2355-4304, Volume 1.*
- Dzikra, Faira Medina (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil UD. Sari Motor di Pekanbaru.
- Hasan, Y. (2021) Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus CV. Kombos Service Station Toyota Sudirman) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
- Ikbal, M. dkk. (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bengkel Mobil Ikbal di Batulicin.
- Irawan, Handi (2019) 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. *Penerbit PT Elex Media Komputindo.* Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2009) Manajemen Pemasaran. *Penerbit Erlangga.* Jakarta
- Kurninanda, Bayu. (2022) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel PT. Suka Fajar Jambi Fakultas Ekonomi Universitas Batang Hari Jambi.
- Lupiyoadi, Rambat (2013) Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Tiga. *Penerbit Salemba Empat.* Jakarta.

- Ghozali, Imam (2018) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi Kesembilan. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Sugiyono. (2011) Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods) *Penerbit Alfabeta*. Bandung.
- Najib, Muhammad Syukron (2011) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil V Tronik di Bantul Yogyakarta.
- Pramudhani, Ravito Zakaria dan Werner Ria Murhadi (2022) Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mobil Ravito Pro. ISSN: 2614-6754 (print) ISSN: 2614-3097(online).
- Putri, Arsri Deva. (2021) Pelaksanaan Pelayanan Pada Konsumen Bengkel Mobil Karya Abadi Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rohman, Abdur. (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Soleha, Jamaatus (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Motor Jaya Mandiri Desa Pelantai Kecamatan Merbau Kepulauan Meranti Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Sumual, Yunita M. dkk. (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Manto. *Jurnal e-ISSN. 2723-0112 , Volume 2*.
- Sutrayoga, Ambika Sastri H. P. dan Km. Agus Satria Pramudana. (2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Paramitha Auto Graha (PAG) Denpasar.

Tjiptono, Fandy (2019) Pemasaran Jasa. Edisi Terbaru. *Penerbit Andi Yogyakarta*.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana (2001) Total Quality Management. Edisi Revisi. *Penerbit Andi Yogyakarta*.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2015) Service, Quality dan Satisfaction. Edisi Empat. *Penerbit Andi Yogyakarta*.

Yuandani, Citra (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Efo Auto Service di Pekanbaru Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Pekanbaru.

