

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN MEREK TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
LUWES DELANGGU**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

Nur Intan Wulansari

NIM 18.12.0093

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Intan Wulansari
NIM : 18120093
Program studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Merck Toko
Terhadap Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu

Disetujui dan disahkan:

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Juni 2022

Pembimbing



Andri Nurtationo, S.E., M.M.

NIDN.0616016701

Mengetahui

Kepala Program Studi Manajemen



Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.BA

NIDN.0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Intan Wulansari
NIM : 18.12.0093
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYAN, KUALITAS
PRODUK, DAN MEREK TOKO TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN LUWES DELANGGU

Skripsi ini telah diuji, disetujui dan disahkan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 13 Oktober 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

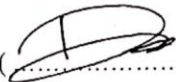
Ketua :

1. Andri Nurtantiono, S.E., M.M.

()

Anggota :

2. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M

()

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

Pernyataan Keaslian Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN MEREK TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 10 Juni 2022

Pembuat Pernyataan



Nur Intan Wulansari

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa do’a.”

-Ridwan Kamil-

“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu”

-Ali bin Abi Thalib-

“Tidak mustahil bagi orang biasa untuk memutuskan menjadi luar biasa”

-Elon Mask-

“Jangan menilai saya dari kesuksesan, tetapi nilai saya dari seberapa sering saya jatuh dan berhasil bangkit Kembali.”

-Nelson Mandela-

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar”

-Umar bin Khattab-

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah sederhana ini saya persembahkan kepada :

1. Nur Intan Wulansari yakni diri saya sendiri, tidak mudah sampai di titik ini menyelesaikan karya ilmiah ini dengan segala rasa senang, sedih, sakit, tangis dan letih menjadi pembuktian doa, niat dan usaha pasti membuahkan hasil.
2. Bapak Adi Kuncoro dan Ibu Sri Mulati kedua orang tua saya tercinta yang tidak pernah putus memberikan doa dan support kepada saya dalam segala langkah yang saya tempuh hingga menyelesaikan pendidikan sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Adik saya Jasmin Maharani Kusuma Wardani dan Keluarga besar saya yang selalu memberikan doa, support dan selalu siap sedia membantu menjadi semangat tersendiri dalam hidup saya.
4. Oceania Andika Putri Saudara yang saya sayangi, menjadi saksi suka duka dan selalu siap sedia membantu dalam mengerjakan karya ilmiah ini dari awal sampai akhir.
5. Umayya Nur Anini, Bagas Prihatini dan Feri Fadli Mustofa sahabat – sahabat terbaik saya tersayang tak hentinya selalu memberikan cinta, doa dan support kepada saya.
6. Erma Cristianti N, Monica Rahmashanti, Timotius Dedi dan teman – teman sekelas R2 Manajemen C yang selalu support dan menjadi saksi perjalanan meraih gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah -Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Merek Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu”**. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H selaku Ketua STIE Surakarta
2. Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,M.B.A, selaku Kaprodi Manajemen STIE Surakarta
3. Andri Nurtantiono, S.E., M.M, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan motivasi kepada penulis dari awal sampai dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen beserta karyawan STIE Surakarta yang telah berbagi Ilmu Pengetahuan selama menempuh Pendidikan STIE Surakarta.
5. Kedua Orang Tua yang sangat saya cintai yang selalu mendukung penuh saya secara materi maupun moral terhadap segala sesuatu keputusan yang saya ambil.
6. Saudara saudara saya Jasmine Maharani Kusuma Wardani, Oceania Andika Putri,Umaya Nur Aini dan teman- teman saya yang setia menemani saya mengerjakan skripsi dan selalu memberi motivasi untuk semangat.

7. Teman-teman Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, S1 Manajemen C Angkatan 2018 yang telah menemani untuk berjuang bersama meraih gelar sarjana.
8. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan pendapat untuk olah data dalam penelitian.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penulis skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sukoharjo, 10 Juni 2022

Penulis

Nur Intan Wulansari

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
MEREK TOKO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LUWES
DELANGGU**

NUR INTAN WULANSARI

18.12.0093

ABSTRAK

Penelitian ini didasari adanya fenomena perkembangan dunia ritel, bisnis usaha swalayan menjadi salah satu usaha yang menjanjikan. Namun belakangan ini, bisnis ritel mengalami penurunan pengunjung dan penjualan, disebabkan karena pandemic covid- 19 serta menurunnya daya beli masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Merek Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu. Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data dan menggunakan kuisioner dengan sampel sebanyak 105 responden. Variable ini menggunakan dua variable yaitu variable dependen dan independen. Untuk variable independen meliputi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Merek Toko. Untuk variable dependen yaitu Kepuasan Konsumen. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Untuk metode olah data menggunakan analisis regresi liner berganda. Sedangkan untuk olah data menggunakan IBM Statistik 25.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda menunjukan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Merek Toko memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Merek Toko, Kepuasan Konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 5
A. Landasan Teoritis	5
1. Pemasaran	5
2. Kualitas Pelayanan	6
3. Kualitas Produk	7
4. Merek Toko.....	7
5. Kepuasan Konsumen.....	8
B. Penelitian Terdahulu	9
C. Kerangka Pikir	12
D. Hipotesis.....	12
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 14
A. Obyek Penelitian	16
B. Jenis dan Sumber Data	16
1. Data Primer.....	16

2. Data Sekunder.....	17
C. Populasi dan Sampel	17
1. Populasi.....	17
2. Sampel.....	17
D. Tempat dan Waktu.....	18
1. Tempat.....	18
2. Waktu.....	18
E. Teknik Pengumpulan Data.....	19
F. Definisi Operasional Variabel	21
G. Teknik Analisis Data	24
1. Uji Instrumen Data.....	24
a. Uji Validitas	25
b. Uji Reliabilitas.....	26
2. Uji Asumsi Klasik.....	26
a. Uji Normalitas	27
b. Uji Multikolinearitas.....	27
c. Uji Heteroskedastisitas	27
3. Analisis Regresi Berganda.....	27
4. Uji Hipotesis.....	29
a. Uji Parsial (uji t)	29
b. Uji F.....	29
c. Uji Koefisien Determinan (R ²)	30
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN,.....	 32
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	32
1. Sejarah Perusahaan.....	32
B. Deskripsi Responden.....	34
C. Analisis Data	38
1. Uji Instrumen Data	38
a. Uji Validitas.....	39
b. Uji Reliabilitas	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Normalitas.....	41
b. Uji Multikolinieritas	42
c. Uji Heteroskedastisitas.....	43

	3. Analisi Regresi Linier Berganda.....	44
	4. Uji Hipotesis.....	46
	a. Uji F.....	46
	b. Uji t (Uji Signifikansi Parsial)	47
	c. Uji Koefisien Determinan (R ²).....	49
	D. Pembahasan.....	50
BAB V	PENUTUP	57
	A. KESIMPULAN.....	57
	B. SARAN	57
	DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian	12

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 3. Kriteria Penilaian Kuisisioner.....	24
Tabel 4. Deskripsi Responden.....	35
Tabel 5. Uji Validitas.....	39
Tabel 6. Uji Reabilitas.....	41
Tabel 7. Uji Normalitas	42
Tabel 8. Uji Multikolinieritas.....	42
Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 10. Regresi Linier Berganda	45
Tabel 11. Uji F.....	46
Tabel 12. Uji t	47
Tabel 13. Koefisien Determinasi	49
Tabel 14. Rekapitulasi Pernyataan.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis dan usaha pada era globalisasi dewasa ini semakin pesat. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pelaku usaha yang lain. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan serta menerapkan konsep pemasaran modern yaitu berorientasi pasar atau konsumen karena merupakan ujung tombak keberhasilan usaha.

Keunggulan kompetitif dapat dicapai apabila pelaku usaha mampu memberikan kepuasan pada konsumennya. Perusahaan harus mempunyai komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan untuk memuaskan konsumen secara terus-menerus. Kepuasan konsumen menjadi sangat penting karena pada kenyataan yang ada, konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan jasa yang lain yang mampu memuaskan kebutuhannya.

Seiring dengan perkembangan dunia ritel, bisnis usaha swalayan menjadi salah satu usaha yang menjajikan. Muncul banyak swalayan yang tersebar di tiap tempat memberikan pelayanan service swalayan yang sukses adalah swalayan yang mempunyai daya saing. Namun belakangan ini, bisnis ritel di Indonesia mengalami penurunan pengunjung dan penjualan, penurunan pengunjung dan penjualan disebabkan karena

pandemic covid-19, menurut Survei Penjualan Eceran Bank Indonesia menunjukkan, indeks penjualan Riil (IPR) pada bulan februari 2020 sebesar 216,4 atau turun 0,8% dari tahun lalu. Pada Maret 2020, penurunan itu diperkirakan mencapai 5,4% seiring dampak pandemic covid- 19 serta menurunnya daya beli masyarakat (*Sumber data: D katadata.co.id*) . Beberapa perusahaan yang menguasai pasar Indonesia pun mulai menutup beberapa ritelnya.

Keberhasilan usaha swalayan dimulai dari kemampuan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas baik kepada konsumennya. Swalayan sebagai pemberi pelayanan jasa harus dapat memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen. Apabila swalayan mampu memberikan kualitas pelayanan dengan mutu terjangkau cost biaya akan turun, permintaan pasar dan produktivitas akan naik, hasilnya adalah kepuasan pelanggan dan meningkatkan revenue bagi pelaku usaha. Swalayan harus memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan jasa yang berkualitas, kualitas produk,,merek toko. Keunggulan swalayan sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan, kualitas produk,dan merk yang diberikan, hal ini dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumennya.

Pengukuran dan identifikasi factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sangat penting dilakukan. Banyak studi telah dilakukan untuk mengukur dan mengidentifikasi kepuasan konsumen yang diukur dari kualitas pelayanan jasa yang dirasakan. Kualitas pelayan jasa

yang tinggi diberikan oleh suatu perusahaan jasa merupakan factor penting bagi kepuasan konsumen. Pemberian pelayanan jasa oleh perusahaan jasa mungkin dapat mengalami kegagalan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan apabila perusahaan tidak mengetahui bentuk layanan yang sebenarnya diinginkan oleh pelanggan. Dalam penelitian ini memilih Luwes Delanggu karena ada beberapa produk yang tersedia di Luwes Delanggu tidak ada di swalayan-swalayan lainnya, contoh : produk shampoo Selsun, terdapat beberapa pilihan produk shampoo.

B. Rumusan Masalah

Kualitas pelayanan, kualitas produk dan merek harus disesuaikan dengan harapan konsumen sehingga dapat menimbulkan sikap positif pada konsumen dengan kata lain pelayanan tersebut dapat memberikan kepuasan konsumennya.

Pertanyaan penelitian :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan pada Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu ?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk Pada Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu ?
3. Apakah ada pengaruh merek toko berpengaruh terhadap pembentukan kepuasan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Pada Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu.
3. Untuk mengetahui pengaruh Merek toko Pada Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen swalayan dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen.
2. Bahan masukan untuk menyempurnakan pelayanan jasa pada swalayan sehingga kualitas pelayanan dapat lebih ditingkatkan.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran, sebagai referensi bagi penelitian yang lain khususnya kualitas pelayanan jasa, kualitas produk, dan merek .

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Pemasaran Jasa

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu system keseluruhan dari kegiatan - kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada konsumen yang ada maupun konsumen profesional. Menurut Kotler dan Keller (2009: 5) Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul

b. Pengertian Jasa

Jasa menurut Tjiptono (2011: 20) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Armstrong (2007: 199), Pengertian jasa adalah sejumlah aktivitas atau manfaat yang dapat diminta pada orang lain yang tidak berwujud dan tidak menimbulkan kepemilikan apapun .

Menurut Kotler dan Ketler (2009: 36) Jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2011: 329). Pohan melihat mutu sebagai suatu penilaian yang subjektif. Melalui sudut pandang pemasaran, Pohan (2013: 86) mengartikan mutu sebagai cara membuat konsumen agar mau datang kembali, dan mau membeli. Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh ahli dapat disimpulkan bahwa mutu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu. Selain itu mutu juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.

b. Pengertian pelayanan

Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah service dalam bahasa inggris yang menurut Tjiptono (2011: 20) berarti setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke

pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat intangible dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuai. Indicator – indicator dalam dimensi kualitas pelayanan dapat dirangkum menjadi lima bagian yaitu : Reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Bukti Fisik (*tangibles*).

3. Kualitas Produk

Kualitas dapat diartikan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Luthfia, 2016) setiap produsen harus dapat tingkat produk yang dihasilkan sehingga dapat membantu usaha untuk meningkatkan produk dipasar sasarannya. Yang menurut (Schiffman dan Kank, 2019) bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau fitur pada setiap produk sehingga konsumen dapat mengenali produk baru tersebut. Indicator – indicator kualitas produk : *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan) .

4. Merek

Menurut Kotler (2012) merek adalah nama, istilah, tanda, symbol atau desain yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual. jenis barang yang ada ditoko yang disuplai oleh produsen atau pemasok harus beragam. Retailer harus mencari barang-barang baru yang dijual untuk

mengikuti mode baru dan mencari supplier-suplier beragam. Indicator – indicator merek keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek.

5. Kepuasan Konsumen

Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (kotler,1997: 36). Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2007 dalam widyawarti dkk., 2017). Indikator kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori Tjiptono dalam Putera dan Wahyono (2018) yaitu keseuaian harapan, kemudahan memperoleh, dan kesediaan merekomendasi.. Kepuasan konsumen sebagai focus penilaian kepuasan lagi berdasarkan pertimbangan produk yang sedang atau yang baru dikonsumsi dengan produk lain yang pernah dikonsumsi sebelumnya melainkan hanya terfokus pada produk tersebut saja dengan memperhatikan efek yang muncul kemudian pada aspek afeksi pembelinya. Kepuasan konsumen sebagai hasil penilaianatau evaluasi atas suatu produk yang mengubah tingkat kesenangan konsumennya.

B. Penelitian Terdahulu

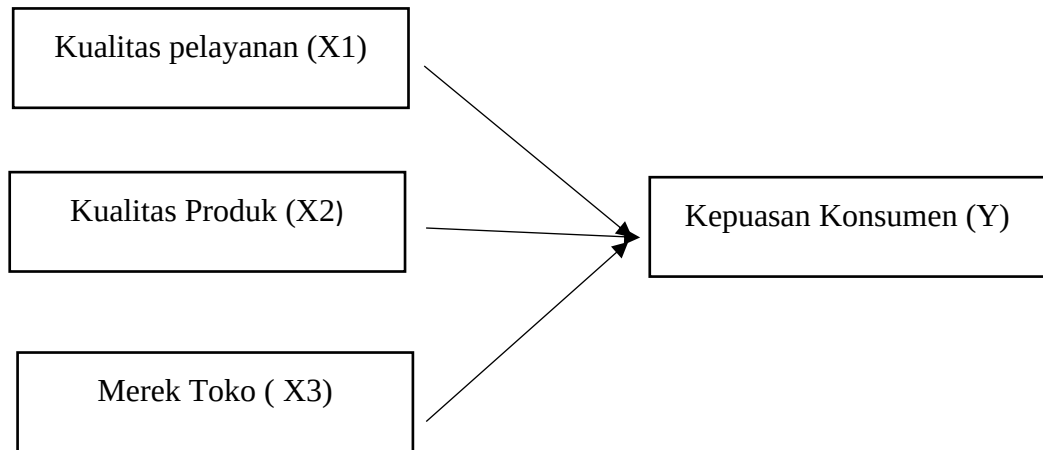
Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Hasil
1.	Handoko, 2017	Pengaruh promosi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada titipan kilat JNE Medan	Hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan promosi sebesar 20,9%, pengaruh harga sebesar 16,2%, pengaruh kualitas pelayanan sebesar 32%
2	Aswad, dkk 2018	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat kampun Air Batam Center	Bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara stimulant memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3	Lesmana, 2019	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pt Radekatama Piranti Nusa	Kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen
4	Fahmi , 2020	Pengaruh kualitas produk ,Lokasi dan Merek terhadap kepuasan pelanggan	Kualitas produk , lokasi dan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
5.	Sulaksana, 2017	Pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta	Dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh pada kepuasan konsumen adalah tangibles

6.	Noor dan utami, (2020)	pengaruh kualitas produk, persepsi harga,citra merek terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen (studi kasus konsumen produk PT Salim Ivomas pratama kecamatan Bojonegoro)	Bahwa variable kualitas produk dan persepsi harga, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7.	Dianah dan Welsa (2017)	Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi serta dampak pada kepuasan konsumen (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas sarjana wiyata Taman Siswa)	Bahwa variable kualitas produk, citraa merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
8.	Fermayani ,dkk (2021)	Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Yamaha Nmax (Studi kasus pada PT Yamaha Tjahaja Baru)	Bahwa kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
9.	Choirah dan Liana (2019)	Pengaruh Kualitas produk ,citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan (studi kasus pada pelanggan sepeda motor Honda di Kota Semarang)	Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan .

C. Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

D. Hipotesis

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan atau kualitas jasa adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian. Menurut Wyckof (Tjiptono, 2002:59) adalah sebagai berikut kualitas jasa yaitu tingkat yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan uji hasil literatur Sulaksana (2017), menunjukan bahwa hasil kualitas pelayanan yang paling berpengaruh

positif pada kepuasan konsumen, berdasarkan uji hasil literatur Handoko (2017), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang paling berpengaruh signifikan positif sebesar 32% terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan Aswad dkk (2018), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan uji hasil literatur Lesmana (2019), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan hasil literatur Fahmi (2020), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang paling berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jadi berdasarkan hasil uraian tersebut peneliti mengajukan hipotesis yaitu H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Luwes Delanggu.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk adalah merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya, karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari itu sendiri. Berdasarkan uji hasil literatur Lesmana (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan uji hasil literatur Fahmi (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen,

berdasarkan uji literatur Noor dkk (2020) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan uji literatur Dianah & Welsa (2017) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan uji literatur Fermayani dkk (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen . Jadi berdasarkan hasil uraian diatas peneliti mengajukan hipotesis yaitu H2 : Kualitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Luwes Delunggu.

3. Pengaruh Merek terhadap Kepuasan Konsumen

Merek adalah salah satu komponen penting dalam melakukan bisnis, dengan adanya merek konsumen akan lebih mudah mengidentifikasi suatu dari saingan lainnya. Konsumen juga menjadi lebih percaya dan yakin terhadap produk yang memiliki merek. Menurut Kotler (2012) merek adalah nama, istilah, tanda, symbol atau desain yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual. Berdasarkan hasil uji literatur Fahmi (2020), menunjukkan bahwa merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan uji literatur Noor dkk (2020) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasar kan uji literatur Dianah & Welsa (2017) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan uji literatur Fermayani dkk (2021)

menunjukkan bahwa merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan uji literatur choirah & Liana (2019) menunjukkan bahwa merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Jadi berdasarkan hasil uraian diatas peneliti mengajukan hipotesis yaitu H3 : Merek toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Luwes Delanggu.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diteliti, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Kosumen Luwes Delanggu
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu
3. Merek Toko berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu

B. SARAN

1. Hasil data yang diperoleh dari rekapitulasi pernyataan Kualitas Pelayanan diketahui bahwa Pegawai luwes dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan pegawai luwes memberikan perhatian individual kepada konsumennya dengan hasil persepsi yang tinggi, maka disarankan untuk perusahaan meningkatkan kualitas pegawai sehingga konsumen mendapatkan pelayanan yang berkualitas.
2. Hasil data yang diperoleh dari rekapitulasi pernyataan Kualitas Produk diketahui bahwa penempatan produk di Luwes diurutkan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan varian produk dan ukuran yang

tersedia di Luwes sesuai dengan harapan konsumen dengan hasil persepsi yang tinggi, maka disarankan untuk perusahaan untuk lebih meningkatkan varian produk dan penempatan produk sesuai jenis produk.

3. Hasil data yang diperoleh dari rekapitulasi pernyataan Merek Toko diketahui bahwa swalayan Luwes merupakan swalayan yang memiliki citra yang positif (kualitas terjamin) di mata konsumen dengan hasil persepsi yang tinggi, maka disarankan untuk perusahaan lebih meningkatkan Citra positif perusahaan agar konsumen mendapat kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, vol.2(5).
- Handoko, B. (2017). Pengaruh,Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, vol.18,No.1.
- Kotler, P. d. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pt Radekatama Piranti Nusa. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.2,No.2.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis* . Bandung: Alfabeta .
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta . *Skripsi* . Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Aswad,S. Realize,R. & Wangdra,R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air bersih Masyarakat Lampung Air Batam Center. *Jurnal UPB*, Vol.6,No.2.
- Tjiptono, F. (2009). *Strategi Pemasaran Jasa* . Yogyakarta: Andi.
- Noor,F. & Utami,W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro) . *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* , 581-594.
- Dianah N, & Welsa,H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa) . *JURNAL MANAJEMEN* , 16-26.
- Fermayani,R. Eqim, A. S.& Harahap,R.,R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Yamaha Nmax (Studi Kasus Pada PT. Yamaha Tjahaja Baru). *skripsi*, 427-435.
- Arikunto,S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakter*. Jakarta: Rineka Cipta
- Choiriah,N.E.,& Liana,L. (2019). Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Sepeda Motor Honda Di Kota Semarang). *Skripsi*. Universitas Skitibank Semarang

- Kotler, P., & Keller, K.,I. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariaete dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2005. *Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: UNDIP PRESS

Petunjuk pengisian

Pada pertanyaan yang ada di bawah ini, Bapak/Ibu/Saudara/I dimohon untuk mengisi pertanyaan- pertanyaan tersebut dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : laki- laki / perempuan
3. Usia saat ini (pilih salah satu dibawah ini) :
 - ☐ 17-20 tahun
 - ☐ 21 tahun – 30tahun
 - ☐ 31 tahun – 40 tahun
 - ☐ 41 tahun – 50 tahun
 - ☐ > 50 tahun
4. Pendidikan terakhir (pilih salah satu dibawah ini) :
 - ☐ SD
 - ☐ SMP
 - ☐ SMA
 - ☐ Diploma
 - ☐ S1/S2/S3
5. Pekerjaan saat ini (pilih salah satu dibawah ini) :
 - ☐ PNS
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ Pelajar
 - ☐ Mahasiswa
 - ☐ Pegawai swasta
 - ☐ TNI/POLRI
 - ☐ Lainnya
6. Pendapatan per bulan (pilih salah satu dibawah ini) :
 - ☐ < Rp 500.000
 - ☐ ≥ Rp 500.000 – 1.000.000
 - ☐ Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
 - ☐ Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 - ☐ Rp 3.000.001 – Rp 4.000.000
7. Sudah berapa kali melakukan pembelian pada Swalayan Luwes di delanggu :
 - ☐ Satu kali
 - ☐ Dua kali
 - ☐ Tiga kali

8. Dalam satu bulan sudah berapa kali melakukan pembelian pada swalayan Luwes di Delanggu :
- ☐ Satu kali
 - ☐ Dua kali
 - ☐ Tiga kali
9. Apa yang membuat kamu merasa puas melakukan pembelian pada swalayan Luwes Delanggu.....

Petunjuk pengisian

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Variable kualitas pelayanan (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Tangibles		1	2	3	4	5
1.	Penampilan dari pegawai luwes rapi					
2.	Produk- produk yang dijual luwes lengkap					
Reliability (keandalan)		1	2	3	4	5
3.	Pegawai luwes sigap dalam melayani konsumen					
4.	Pegawai luwes dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
Responsiveness (daya tanggap)		1	2	3	4	5
5.	Pegawai luwes tanggap dalam menjelaskan produk tidak diketahui konsumen					
6.	Pegawai menginformasikan atau memberitahui promo-promo voucher yang ada di luwes					
Assurance (jaminan)		1	2	3	4	5

7.	Semua kebutuhan yang dicari konsumen yang pasti selalu ada di Luwes					
8.	Merasa aman dan nyaman dalam berinteraksi di Luwes					
Emphathy (Perhatian)		1	2	3	4	5
9..	Pegawai luwes memberikan sapaan kepada konsumen					
10.	Pegawai luwes memberikan perhatian individual kepada konsumennya					

Variabel Kualitas Produk (x2)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Performance		1	2	3	4	5
1.	Kualitas produk yang tersedia di Luwes lebih bagus daripada toko tradisional					
2.	Produk yang tersedia di Luwes sudah jelas keamanannya saat dikonsumsi					
Fitur		1	2	3	4	5
3.	Luwes memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen					
4.	Penempatan produk di Luwes diurutkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
Ketahanan (Quality)		1	2	3	4	5
5.	Produk makanan & minuman yang tersedia di Luwes memiliki kemasan yang sesuai dengan standar sehingga membuat produk lebih tahan lama.					

6.	Semua produk Luwes sudah terjamin tidak adanya kerusakan					
Estetika		1	2	3	4	5
7.	Semua produk tertata rapi sesuai dengan jenis produk					
8.	Banyaknya pilihan merek produk di Luwes membuat konsumen tertarik untuk membeli					

Variable merek (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Merek Toko		1	2	3	4	5
1.	Swalayan Luwes merupakan swalayan yang selalu mengupdate produk baru kepada pelanggan					
2.	Swalayan Luwes merupakan swalayan yang memiliki citra yang positif (kualitas terjamin) di mata konsumen					

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kepuasan Konsumen		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa puas dengan fasilitas yang tersedia di Luwes Delanggu					

2.	Saya merasa puas kinerja pegawai cekat dan tanggap di Luwes Delanggu					
3.	Saya puas dengan produk yang dijual di Luwes					
4.	Saya puas dengan pelayananan yang diberikan di Luwes Delanggu					
5.	Saya bersedia merekomendasikan Swalayan karena produk sanagat lengkap					
6.	Saya bersedia merekomendasikan swalayan karena fasilitas yang lengkap					

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN MEREK TOKO PADA KEPUASAN KONSUMEN
LUWES DELANGGU

Kepada Yth.

Konsumen Luwes Delanggu

Dengan hormat,

Bersama saya :

Nama : Nur Intan Wulansari

Pekerjaan : Mahasiswa Manajemen STIE Surakarta

Sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Merek Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Luwes Delanggu**”. Untuk penelitian tersebut, saya mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/I dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan dengan apa yang Bapak/Ibu/Saudara/I lakukan dan rasakan terhadap pelayanan Luwes delanggu .

Dengan demikian, Atas Kerjasama yang diberikan, saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat Saya

Nur Intan Wulansari