

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET (STUDI INDOMARET
GOMONG, KEC. SELAPARANG, KOTA MATARAM,
NUSA TENGGARA BARAT)**



Disusun Oleh:

DELLA MARTINA WULANDARI
NIM: 170501259

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM**

2021

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET (STUDI INDOMARET
GOMONG, KEC. SELAPARANG, KOTA MATARAM,
NUSA TENGGARA BARAT)**

Skripsi
Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

DELLA MARTINA WULANDARI
NIM: 170501259

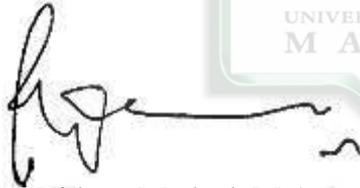
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Della Martina Wulan Dari, NIM: 170501259 dengan judul, Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret (Studi Indomaret Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. Telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: _____

Pembimbing I



Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
NIP. 197111102002121001

Pembimbing II



H. Bahur Rosyid, S.P., M.M.
NIP. 197810212009121002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, _____

Hal: **Ujian Skripsi
Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Mataram**

Assalamu`alaikum, Wr. Wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Della Martina Wulan Dari

NIM : 170501259

Jurusan/prodi : Ekonomi Syariah

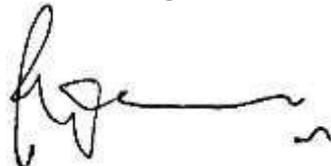
Judul : Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret (Studi Indomaret Gomong, Kec. Selarang, Kota Mataram Nusa Tenggara Barat).

telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami

berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Riduan Mas`ud, M.Ag.
NIP. 197111102002121001

Pembimbing II



H. Bahrur Rosyid, S.P., M.M.
NIP. 197810212009121002

PENGESAHAN

SKripsi oleh: Della Martina Wulan Dari, NIM: 170501259 dengan Judul
"Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen
Indomaret (Studi Indomaret Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram Nusa
Tenggara Barat" telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan
Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada
tanggal 23 Juli 2021 dan dinyatakan sah untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E).

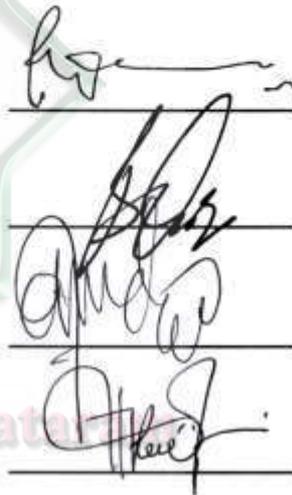
Dewan Penguji

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
(Ketua Sidang/Pemb. I)

H. Bahrur Rosyid, S.P., M.M.
(Sekertaris Sidang/Pemb. II)

Dr. Zainudin, M.Ag.
(Penguji I)

Drs. Hariono, M.Si.
(Penguji II)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag.
NIP. 197111419970031001

MOTTO

- **``Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya dalam suatu yang utama dalam mencapai kesuksesan``.**
- **``Lakukan apa yang kamu sukai, jadilah konsisten, dan sukses akan datang dengan sendirinya``.**



Perpustakaan UIN Mataram

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan Allah SWT, sehingga kemudahan dan juga kelancaran bisa saya rasakan dalam penyusun karya yang sederhana ini. Dengan penuh kerendahan hati saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Ayah dan ibu terkasih (Syarafudin dan Sahema) yang tiada henti memberikan doa cinta dan kasih sayang, dukungan dan motivasi, pengorbanan serta perjuangan yang luar biasa kepada saya. Semoga semua itu dibalas dan dicatat sebagai amal ibadah dan ladang pahala. Terimakasih telah membesarkan dan mendidik saya dari kecil hingga dewasa seperti ini dengan penuh ketulusan dan kasih sayang, tiada yang bisa saya berikan selain doa agar engkau senantiasa diberi kesehatan dan umur yang panjang oleh Allah SWT sehingga engkau bisa melihatku meraih kesuksesan yang telah engkau perjuangkan selama ini. Dan dengan rasa bersyukur saya persembahkan skripsi ini buat kalian dan ini adalah hasil kalian.
2. Saudaraku (Delta YUSDINITA, Nur Aida Salsabila) terimakasih adikku atas dukungan dan doa kalian, mari kita saling bahu-membahu, saling mendukung satu sama lain dan saling memotivasi demi meraih kesuksesan untuk membahagiakan kedua orang tua kita.
3. Kekasihku (Yudi putra Novanda) terimakasih udah selalu semangat aku dan selalu nasehatin biar bisa cepat wisuda dan bisa bahagiakan ortu ku.

4. Sahabatku (Sarlita) terimakasih selamah ini terus kebersamai dalam suka maupun duka, makasih udah jadi sahabat saya dari semester 3 sampai saat ini moga kita selalu bersama terus dan mengejar cita-cita kita.



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR



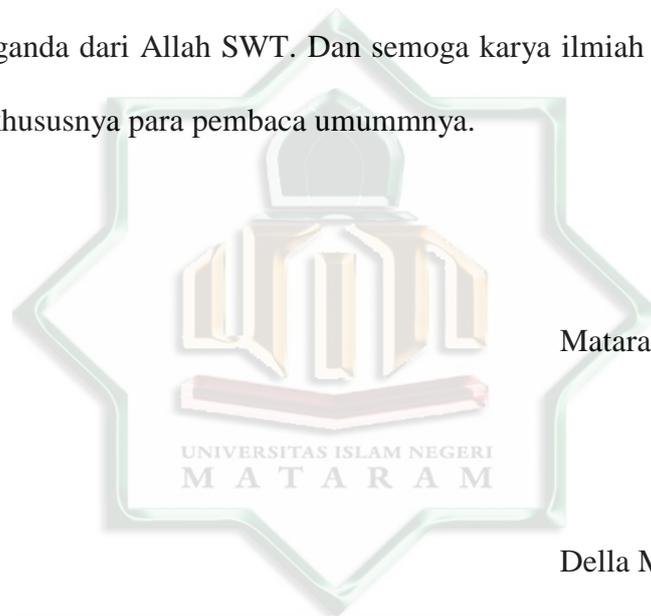
Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt berkat rahmat dan hidayah-nya sehingga skripsi saya ini bisa terselsaikan dengan semestinya, serta tidak lupa shalawat dan salam senantiasa selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhamad SAW, juga kepada keluarga, sahabat dan semua pengikutnya Aamin.

Penulis menyadari, bahwa proses penyelsaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bimbingan, bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, yaitu mereka antara lain:

1. Bapak Dr. Riduan Mas`ud, M.Ag. selaku pembimbing I dan bapak H. Bahrur Rosyid, M.M selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis dalam menyelsaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Mutawali, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak/ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram yang telah memberikan kuliah dan pembekalan selama mengikuti program kuliah di fakultas.

5. Orang tuaku tercinta, keluarga dan sahabat yang telah memberikan banyak dukungan dan motivasi.
6. Sahabatku sarlita yang selama ini terus mendampingi saya dalam suka maupun duka. Dan teman-teman seperjuangan kelas G Ekonomi Syariah the best, teman-teman angkatan 2017.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi penulis khususnya para pembaca umumnya.



Mataram, 2021

Penulis

Della Martina Wulandari

Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Defenisi Operasional.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	8
A. Kajian Pustaka	8
B. Kerangka Teori	13
C. Kerangka Berpikir.....	20
D. Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Metode Penelitian	24
B. Jenis atau Pendekatan Penelitian	25
C. Tehnik Pengumpulan Data	26
1. Observasi	26
2. Wawancara.....	27
3. Dokumentasi	28
D. Populasi dan Sampel	29
1. Populasi	29
2. Sampel	29
E. Variabel Penelitian.....	31
1. Variabel Independen	31
2. Variabel Dependen	31
F. Sumber dan Jenis Data	32
1. Sumber Data	32
2. Jenis Data	33
G. Tehnik Analisis Data	33
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	35
3. Uji Hipotesis (Uji t)	35
4. Analisis Regresi Linier Berganda	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	39
1. Sejarah Singkat Indomaret.....	39
2. Visi dan Misi.....	41
3. Struktur Organisasi Indomaret.....	42
4. Tugas dan Wewenang	43
5. Bidang Usaha	45
6. Mengetahui hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembelanjaan barang	46
7. Mengetahui pengontrolan stok barang di Indomaret	48
8. Karakteristik Responden.....	49
B. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
1. Hasil Penelitian	52
a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	52
b. Hasil Uji Validitas	52
c. Hasil Uji Reliabilitas	55
d. Hasil Analisis Linier Berganda	56
2. Dasar Pengambilan Keputusan	57
a. Uji t (Uji parsial)	57
3. Pembahasan/Interprestasi Data	57
4. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60

5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89



Perpustakaan **UIN Mataram**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET (STUDI INDOMARET
GOMONG, KEC. SELAPARANG, KOTA MATARAM,
NUSA TENGGARA BARAT)**

Oleh

Della Martina Wulandari

NIM: 170501259

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Gomong Kec. Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret Gomong Kec. Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Indomaret Gomong. Menggunakan metode pengumpulan data adalah kuensioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Kuantitatif dan analisis linier berganda. Penelitian ini memilih objek penelitian kepada masyarakat dan khususnya konsumen di Indomaret Gomong Kec. Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat dan pengumpulan data dilakukan dengan data primer dan skunder digunakan data metode sampling jenuh seluruh populasi responden sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa parsial variabel harga, variabel kualitas pelayanan memiliki signifikansi positif dan terhadap kepuasan konsumen Indomaret Gomong Kec. Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan dunia usaha seperti mini market sudah menjadi suatu fenomena dan perhatian yang menarik. Minimarket yang tersedia dibuat sedemikian rupa untuk memberikan daya tarik konsumen seperti dibuatnya rak-rak yang tersusun rapi, variasi produk yang sangat banyak, pembayaran yang praktis dengan sistem kasir, ruangan ber-AC, tidak pengap, harga yang sangat kompetitif adalah beberapa hal yang menggambarkan keberadaan mini market. Sehingga, tidaklah mengherankan orang-orang langsung jatuh cinta pada model toko ini. Seiring dengan perkembangan dunia usaha di Indonesia, keberadaan pasar tradisional mulai tersaingi atau bahkan tergeser oleh adanya bisnis eceran, semakin terasa keberadaannya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Berbagai macam pusat perbelanjaan eceran bermunculan dengan berbagai macam bentuk dan ukuran. Beberapa contoh bentuk pusat perbelanjaan eceran misalnya minimarket, supermarket, dan hypermarket.¹

Model minimarket seperti Indomaret yang sudah menjamur menawarkan berbagai hal menarik dan dipilih untuk dijadikan bahan penelitian. Produk yang ditawarkan di Indomaret dengan harga yang variatif dan kompetitif yang diharapkan mampu memberikan daya tarik

¹ Parasian Manarung, "Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan keputusan pembelian ulang di Indomaret Waralaba Tanjung senang Bandar Lampung, Nomor 1,2017 hlm.1.

kepada konsumen sehingga ada keputusan pembelian ulang dari konsumen yang sudah merasakan produk yang sebelumnya dibeli. Harga menjadi ciri yang sangat penting dalam lingkup sosial dan eksistensi suatu produk.²

Minimarket yang ada harus mampu menciptakan keunggulan dalam produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga dapat menarik minat konsumen dan merasa puas karena kebutuhannya dapat terpenuhi dengan baik. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya (perspektif) terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa/pelayanan dengan harapan-harapannya (ekspektasi) karena pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen.³

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk kegiatan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen tersebut merasa puas. Sedangkan menurut Wykup adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut adalah untuk memenuhi keinginan atau harapan pelanggan.⁴

² Parasian Manarung, ``Pengaruh promosi,Harga,Kualitas pelayanan Terhadap kepuasan konsumen Dan keputusan pembelian ulang di Indomaret Waralaba Tanjung senang Bandar Lampung , Nomor 1,2017 hlm.2.(Assauri,1999:154)

³ Markus Hartono et al., *kansei Engineering*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018),.2.

⁴ Eswika Nilasari dan Istiatin, ``Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo``, dalam *jurnal paradigma*, volume 13 Nomor 01, februari- Juli 2015.,4.

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2001) dalam Wuryanadari (2006) adalah sejumlah uang yang ditukar untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Selain itu, dengan tempat dan bangunan yang memadai, bersih, dan parkir yang luas di Indomaret harus memperhatikan kualitas pelayanan yang berkualitas yang akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Indomaret. Ketika pusat-pusat perbelanjaan moderen makin menjadi daya tarik di perkotaan, maka eksistensinya biasa dimanfaatkan bagi semua kegiatan promosi serta program diskon secara besar-besaran.

Lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain: Kualitas produk yang digunakan oleh konsumen. Kualitas pelayanan dimana konsumen puas akan pelayanan yang diberikan, emosional, harga yang dapat dijangkau, biaya yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang diinginkan. Indomaret sebagai pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai jenis produk dituntut untuk memperhatikan harga, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen yang sudah melakukan pembelian sehingga konsumen selalu mengambil keputusan untuk pembelian ulang ke Indomaret.⁵

⁵ Parasian Manarung, ``Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas pPelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Ulang di Indomaret Waralaba Tanjung senang Bandar Lampung, Nomor 1, 2017 hlm.5.

Berdasarkan data hasil studi pendahuluan yang dilakukan di Indomaret Gomong Pada tanggal 08 September 2020 terhadap 10 konsumen dapat dijelaskan bahwa 7 orang tidak setuju terhadap pelayanan Indomaret Gomong karena pelayanan yang diberikan karyawan kurang memuaskan karena karyawannya kurang ramah terhadap konsumen, 5 orang tidak setuju dengan harga pada Indomaret Gomong karena harga yang ada pada label tidak sesuai dengan harga yang ada di layar monitor saat membayar di kasir.

Berdasarkan urian di atas maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indomart (Studi Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat?
- b. Berapakah tingkat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen Indomaret Gomong, Kec. Selarang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat?
- b. Untuk mengetahui berapa tingkat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Indomaret Gomong, Kec. Selarang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat?

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen.

- b. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang kepuasan konsumen yang diberikan oleh Indomaret Gomong, Kec. Selarang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

- c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti untuk meningkatkan penelitian selanjutnya.

D. Definisi Operasional

Manajemen operasional ialah suatu bentuk dari pengelolaan yang menyeluruh dan optimal pada sebuah masalah tenaga kerja, barang, mesin, peralatan, bahan baku, atau produk apapun yang bisa dijadikan sebuah barang atau jasa yang bisa diperjual belikan. Kegiatan yang merupakan tanggung jawab dari manajer operasional terhadap penghasilan produk atau jasa, mengambil sebuah keputusan yang berhubungan dengan fungsi operasi dan sistem transformasi dan menimbangkan pengambilan keputusan dari fungsi operasi. Dalam pelaksanaan kegiatan produksi perusahaan, diperlukan manajerial yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumberdaya dari kegiatan produksi yang dikenal sebagai manajemen operasional.⁶

Untuk mencegah terjadinya perluasan makna terhadap istilah dalam penelitian ini, maka berikut ini peneliti mencoba menjelaskan beberapa penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam judul tersebut.

1. Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa.⁷

⁶ Luthfi Parinduri Dkk, *Manajemen Operasional Teori Dan Strategi*, (Yaysan Kita Menulis: 2020), Hlm. 2.

⁷ Tim. Realty, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: PT. Realty Publisher 2008), h 450

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.⁸

3. Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁹



⁸ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: 2019), hlm.61.

⁹ Engel Black Well, Minard, *perilaku konsumen Jilid 1 Edisi keenam*.(Jakarta: Bina Pura Aksara, 1994), h.11

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka adalah penelusuran studi atau karya-karya terdahulu, sebagai pedoman peneliti lebih lanjut serta untuk mendapatkan data yang valid serta untuk menghindari adanya duplikasi dan repetisi serta menjamin keaslian dan legalitas peneliti ini.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mencoba untuk memaparkan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang tentunya berkaitan dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti. Pada telaah pustaka ini peneliti mencoba mengangkat beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu:

1. Hana Ofela pada jurnalnya membahas tentang “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi”,¹⁰

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hana Ofela bahwa Hasil pengujian menunjukkan variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli Kebab King Abi Kapas Krampung Surabaya. Kebijakan harga dan strategi harga yang diberikan dapat memperoleh pemasukan yang semakin meningkat bukti, nyata dari

¹⁰ Hana Ofela, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi” *Jurnal*, Volume 5, Nomor 1, Januari 2016, Hlm. 14.

harga yang diberikan perusahaan akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang membeli Kebab King Abi Kapas Krampung Surabaya. Keramahan, ketepatan dan kesopanan yang ditunjukkan kepada konsumen. Hal ini menunjukkan kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen, bukti nyata dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Persamaan dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama membahas tentang pengaruh harga dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang saya lakukan fokus terhadap lokasi penelitian dan konsumen Indomaret, sedangkan Hana Ofela fokus terhadap lokasi penelitian dan konsumen Kebab Kingabi.

- 1) Yosi Pratama pada jurnalnya Membahas tentang “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Po. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi”.¹¹

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yosi Pratama bahwa Hasil penelitian menunjukkan: (1) terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; (2) terdapat pengaruh yang signifikan kualitas

¹¹ Yosi Pratama, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Po. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi”, Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Vol. 15 Edisi Khusus April 2015, Hlm. 182.

pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; (3) ter-dapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; (4) fasilitas tidak memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; dan (5) fasilitas tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, sehingga posisi variabel fasilitas lebih tepat sebagai variabel independen, karena berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar.

Persamaan dengan yang saya teliti adalah sama-sama membahas tentang pengaruh harga dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah saya fokus terhadap konsumen Indomaret, sedangkan Yosi Pratama fokus kepada konsumen BUS.

- 3.) Rini, skripsi yang berjudul ``Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab (Studi Kasus IAIN Metro)``.

Penelitian ini terfokus untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap tingkat kepuasan pengguna jasa pelayanan driver grab di kampus IAIN Metro yang diuji secara simultan kualitas pelayanan dan harga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online di kampus IAIN Metro ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,05 yang artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan penelitian di atas, bahwa penelitian yang akan peneliti lakukan memiliki fokus yang sama yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu terlihat pada objek penelitiannya.¹²

- 4.) Riski Kurnia Sari, skripsi yang berjudul ``Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pembagian Margin Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan pembiayaan Pada BTPN Syariah Metro.``

Penelitian ini terfokus untuk melihat kualitas pelayanan dan pembagian margin terhadap kepuasan nasabah. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pembagian margin masing-masing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹³

Berdasarkan penelitian di atas, bahwa penelitian yang akan peneliti lakukan memiliki fokus yang sama yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan dari kedua

¹² Rini, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa pelayanan Driver Grab Studi Kasus IAIN Metro, (Metro:Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)

¹³Riski Kurnia Sari, Pengaruh Kualitas pelayanan Dan pembagian Margin Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Pembiayaan Pada BTPN Syariah Metro,(Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)

penelitian ini yaitu, penelitian tidak terfokus pada pembagian margin namun peneliti lebih terfokus pada pengaruh harga.

- 5.) Ignatius Angga Prasetya Primadiawan, skripsi yang berjudul ``Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka``.

Penelitian terfokus untuk mengetahui pengaruh kualitas harga dan pelayanan secara simultan dan parsial pada kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹⁴

Berdasarkan penelitian di atas, terdapat persamaan antara kedua penelitian ini yaitu sama-sama terfokus untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu membandingkan 2 objek yang berbeda, artinya terdapat perbedaan objek antara penelitian ini dengan yang akan peneliti lakukan.

¹⁴ Ignatius Angga Prasetya Primadiawan, ``Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap kepuasan pelanggan Bus PO Eka, (Universitas Sanata Dharma, Yokyakarta, 2018)

B. Kerangka Teori

1. Harga

Seperti kita ketahui bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya yakni memasarkan barang atau jasanya perlu menetapkan harga yang tepat dan sesuai. Pada dasarnya harga ini yang menjadikan calon konsumen untuk membeli barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.¹⁵

Menurut Saladin, harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa.¹⁶

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah jumlah uang atau nilai tukar sebuah barang atau jasa tersebut yang memberikan manfaat kepada pembelinya.

Indikator harga :

Menurut Stanton, ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:¹⁷

¹⁵ Ruru putri Utami dan Hendra Saputra, ``Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sayuran Organik di pasar Sambas Medan``, dalam *Jurnal Niagawan*, Volume 6, Nomor 2, Oktober 2017., 47

¹⁶ Ade Syarif Maulana, ``Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI`` dalam *Jurnal Ekonomi*, Volume 7 Nomor 2,2 November 2016., 119

¹⁷ William J Stanton, *Prinsip pemasaran Edisi 7*, (Jakarta: Erlangga, 1998)., 308

a. Keterjangkauan Harga

Yaitu konsep penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kemampuan konsumen.

b. Daya Saing Harga

Harga yang diberikan oleh suatu penjual berbeda dengan perusahaan lain dalam suatu produk yang didapatkan oleh konsumen.

c. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Penetapan harga yang dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen.

d. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat produk

Harga yang diberikan oleh penjual sesuai dengan manfaat produk yang didapatkan oleh konsumen.

Ketika penjual/produsen dapat menerapkan indikator-indikator yang ada di atas, maka dapat dipastikan akan banyak konsumen yang membeli produk tersebut disana.

2. Kualitas pelayanan

Pengertian/Defenisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya

mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Faktor sarana pelayanan

Sarana pelayanan yang dimaksud di sini adalah segala jenis pelayanan, perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama atau pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan dan juga berfungsi sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu. Fungsi sarana pelayanan itu antara lain:

- a. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
- b. Meningkatkan produktivitas, baik barang maupun jasa.
- c. Kualitas produk yang lebih baik.
- d. Kecepatan susunan dan stabilitas terjamin.
- e. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan.
- f. Menimbulkan perasaan puas orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka.

Indikator kualitas pelayanan :

Menurut Parasuraman, menyatakan atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu:¹⁸

- a. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang disajikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- d. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

¹⁸Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama* (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008), h.96

- e. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan, kemampuan dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan lima dimensi jasa tersebut, perusahaan harus bisa meramu dengan baik, bila hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa diharapkan pelanggan yang dapat berdampak pada perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

3. Kepuasan konsumen

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena kunci utama untuk memenangkan

persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing.¹⁹

Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian. Kepuasan adalah ``perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Indikator kepuasan konsumen:

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, atribut-atribut pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari:²⁰

- a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
 1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 3. Fasilitas yang penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

¹⁹ Rahmat Sulistiyo Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai variabel Mediasi Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yokyakarta 2015.hlm 31.

²⁰Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,(Jakarta: Indeks, 2001), h.32

- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 2. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang sediakan memadai.
- c. Kesedian merekomendasikan, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
1. Menyarakan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 2. Menyarakan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 3. Menyarakan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

a. Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar di antara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

b. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

c. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

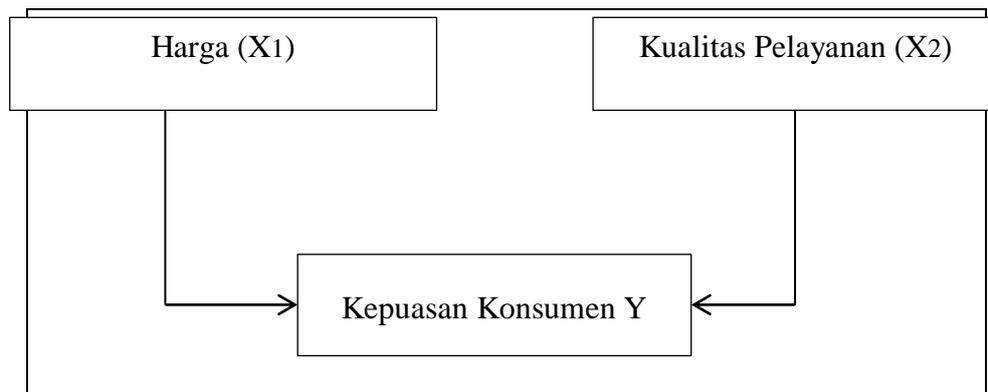
C. Kerangka Berpikir

Dalam persaingan pasar yang semakin tinggi saat ini, mewujudkan kepuasan konsumen adalah hal yang penting dan merupakan salah satu tujuan utama dari setiap perusahaan. Perusahaan harus mampu menarik

konsumen baru dan juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan menjaga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Harga yang terjangkau diimbangi dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh perusahaan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari perusahaan maka pelanggan akan merasakan adanya perlakuan lebih yang diberikan perusahaan terhadap konsumen. Dengan kata lain konsumen akan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan.



Keterangan :

-----> = Menjelaskan secara parsial

X_1 = Variabel independen (bebas) yaitu harga

X_2 = Variabel independen (bebas) yaitu Kualitas pelayanan

Y = Variabel dependent (terikat) yaitu Kepuasan konsumen

1. Variabel *independent* (bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain yang dilambangkan dengan (X_1) adalah Harga, (X_2) adalah kualitas pelayanan.

2. Variabel *Dependent* (terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain yang dilambangkan dengan (Y) adalah Kepuasan Kosnumen.

Dari kerangka tersebut menjelaskan bahwa variabel harga (X_1), (X_2) mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen (Y), artinya apabila variabel-variabel bebas tersebut dilakukan dengan baik, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam suatu minimarket Indomaret.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan. Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian,²¹ sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan kerangka pikir seperti di atas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Diduga harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Indomart Gomong Kota Mataram.
- H2: Diduga harga dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Indomart Gomong Kota Mataram.

Perpustakaan UIN Mataram

²¹ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), Hlm. 64.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode studi kasus/*case study*. Pengertian studi kasus didefinisikan sebagai pendekatan penelitian yang melakukan eksplorasi suatu fenomena dalam konteksnya dengan menggunakan data dari berbagai sumber.²²

Secara lebih spesifik, metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*case study*). Menurut Nazir (2004:66) tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

Menurut Bogdan dan Biken (1982) studi kasus merupakan pengujian secara rinci terhadap suatu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau satu peristiwa tertentu. Surachmad (1982) membatasi pendekatan studi kasus sebagai suatu pendekatan dengan memusatkan perhatian pada suatu kasus intensif dan rinci. Sementara Yin (1987) memberikan batasan yang bersifat teknis dengan penekanan pada ciri-cirinya. Ary, Jacobs, dan Razavieh (1985) menjelaskan bahwa studi

²² Asep Achmad Muhlisian, 2013. Analisis Kesalahan Terjemahan Bahasa Jepang Yang Terdapat Dalam Karya Ilmiah Mahasiswa S2 Universitas Indonesia. (Sarosa, 2012) hlm .1.

kasus hendaknya peneliti berusaha menguji unit atau individu secara mendalam.

B. Jenis atau Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian Kuantitatif, dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, 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.²³

Jenis penelitian Kuantitatif biasanya menggunakan desain eksplanasi (*explanatori reaserch*), adalah untuk menguji hubungan antara variabel yang dihipotesiskan. Pada jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih variabel lainnya; atau apakah suatu variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya.²⁴

Pendekatan penelitian yang peneliti gunakan adalah pendekatan kuantitatif yang bersifat statistik deskriptif. Penelitian kuantitatif yaitu metode yang secara kaidah empiris, objektif. Adapun tujuan dipilihnya jenis penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Indomart Gomong Kota Mataram. Metode yang digunakan adalah metode survey, yaitu

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinas (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm-11.

²⁴ Mohamad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya", *Penelitian Kuantitatif*, Vol. 15, Nomor.1, juni 2015, hlm, 132

penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpul data yang utama.²⁵

C. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, merupakan sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, dalam arti laporan digunakan tentang pribadi atau hal-hal yang diketahui.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu tehnik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung di lapangan.²⁶ Kegiatan observasi juga meliputi melakukan pencacatan secara sistematis kejadian, perilaku, obyek yang dilihat dan hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.²⁷

Dalam penelitian ini peneliti terjun langsung ke lapangan tujuannya adalah untuk mengetahui permasalahan yang terjadi. Sehingga di sini peneliti menjadi instrument kunci. Adapun permasalahan yang diteliti adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen indomart (Studi

²⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 8.

²⁶ Nana Syodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2010), hlm 220.

²⁷ Jonata Sorwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm 224.

kasus Indomart Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram Nusa Tenggara Barat).

2. Wawancara

Merupakan kegiatan atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap muka langsung dengan responden, sama seperti penggunaan daftar pertanyaan.²⁸ Interview menggunakan alat pemandu, dimana pertanyaan pada kuesioner tersusun sedemikian rupa menurut urutan dan penggolongan data yang diperlukan. Interview ini dipergunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari responden, yaitu yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Indomart (Studi kasus Indomart Gomong, Kec. Selaparang, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat).

Angket (kuesioner) merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Penyusunan instrumen digunakan dari model Rensis Likert yakni dengan option Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Masing-masing option diberikan bobot; Sangat Setuju (SS) skor 10, Setuju (S) skor 8, Netral (N) skor 6, Tidak Setuju (TS) skor 4 dan Sangat Tidak Setuju (STS) skor 2. Sugiyono mengkatagorikan sifat data tersebut ke dalam skala

²⁸ *Ibid*, Arikunto, Hlm. 155.

interval. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan *skala likert (ordinal)* dengan metode rating yang dijumlahkan. Apabila data yang diorganisasikan oleh peneliti dapat disepakati, maka kepercayaan dapat diterima, jika penafsiran data yang diberikan kepada peneliti tidak disepakati, maka peneliti perlu mengadakan diskusi kembali dengan pemberi data sehingga sepakat antara peneliti dengan pemberi data.²⁹

3. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal atau variable berupa majalah, prasasti, noutulen, rapat, lenger dan sebagainya.³⁰

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa dokumentasi adalah suatu digunakan dalam penelitian dengan cara memiliki atau menyelidiki buku dan catatan resmi berbagai sumber yang terkait dengan fokus penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumupulkan data-data tertulis yang dapat memberikan informasi dan keterangan yang sesuai dengan yang dibutuhkan di lokasi penelitian yakni data pegawai/karyawan.

²⁹ Rifai, *Kualitatif Teori, Praktek Dan Riset Penelitian Kualitatif Teologo*, (Jakarta: Yoyo Topten Exacta, 2019), Hlm. 146.

³⁰ Suhariami Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu pendekatan praktik Edisis Revisi III*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm 224.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel yang diteliti dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³¹

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.³² Merupakan bagian dari populasi yang ada, jadi untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan dengan pertimbangan yang ada.

Analisis penelitian ini menggunakan *nonprobabbilty sampling* yang merupakan tehnik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap ansur atau anggota populasi untuk dipilih untuk menjadi sampel (BINARY) tehnik sampling yang digunakan adalah *sampling incidntal* yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.³³

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Hlm. 80.

³² *Ibid*, hlm. 81.

³³ *Ibid*, hlm. 82.

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah para pelanggan Indomaret Gomong Jl. Pemuda, Kec. Selaparang. Kabupaten Nusa Tenggara Barat yang jumlahnya tidak terbatas. Jumlah populusinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus Frendy (2011:53) dalam Sulfianty *et al.*, (2015), sebagai berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 5\%$

μ = margin of error, tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (ditentukan 10%) menggunakan rumus diatas, maka diperbolehkan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

n = 96,4 = 97 \approx 100 responden

Penelitian ini menggunakan aplikasi *software* SPSS (*Statistical program for Social Scane*) versi 22.0 yang dipakai untuk menganalisis pengaruh secara parsial variabel independen terhadap dependen. Teknik analisis data yang yang dipergunakan dalam penelitian ini, untuk mengukur dan menganalisis besarnya hubungan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen Indomaret Gomong Jl. Pemuda Kec. Selaparang. Kabupaten Nusa Tenggara Barat, menggunakan alat

analisis *statistic parametric* regresi linier berganda (sugiono), meliputi Uji validitas, Uji Reliabilitas, Uji t.

E. Variabel Penelitian

Dalam melakukan analisis, perlu kiranya memperhatikan variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.³⁴:

1. Variabel Independen

Variabel *Independen* dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas pelayanan. Harga adalah nilai suatu barang dan jasa yang dapat diukur dengan sejumlah uang. Sedangkan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.

2. Variabel Dependen

Variabel *Dependen* adalah variabel yang mempunyai ketergantungan antara variabel satu dengan variabel yang lain, atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel Independen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami konsumen setelah membandingkan antara persepsi kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

³⁴ *Ibid*, hlm.286.

F. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuisisioner atau wawancara dalam pengumpulan data pengumpulan datanya, maka sumber data tersebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.³⁵

Dalam suatu penelitian diperlukan data-data yang akan membantu penulis untuk sampai pada suatu kesimpulan tertentu, sekaligus data tersebut akan memperkuat kesimpulan yang dibuat. Data yang didapatkan dari penelitian Kuantitatif data lapangan baik itu observasi, wawancara maupun dokumentasi dan dukungan data-data kepustakaan. Oleh karena itu, sumber data dalam penelitian ini berupa harga, kualitas pelayan dan kepuasan konsumen.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (Informan). Data primer merupakan data yang diperoleh sendiri oleh peneliti dari lapangan tempat penelitian.³⁶

Data-data tersebut diperoleh melalui observasi, wawancara serta dokumentasi-dokumentasi yang ada di lapangan.

³⁵ *Ibid*, hlm.91.

³⁶ *Ibid*, hlm. 90

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari peneliti yang suda ada. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kepustakaan, seperti buku-buku referensi, jurnal, internet dan sebagainya.³⁷

2. Jenis Data

a. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang menggunakan analisis data yang berbentuk *numeric*/angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka.³⁸

b. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berupa pendapat (pernyataan), sehingga tidak berupa angka tetapi berupa kata-kata kalimat.³⁹

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti setelah data terkumpul. Adapun alat yang digunakan dalam analisis data yaitu:

³⁷ *Ibid*, hlm. 93.

³⁸ Mahmud, *Metodologi Penelitian*, hlm. 7.

³⁹ *Ibid*, hlm 86.

1. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk menunjukkan suatu questioner dapat mengukur apa yang ingin diukur. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi product momen pearson yang digunakan untuk menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total.⁴⁰

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir jumlah skor butir item yang mempunyai korelasi positif dan korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa item tersebut memiliki validasi yang tinggi.

Adapun rumus yang digunakan yaitu

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

r_{xy} = Koefesien korlasi antara variabel x dan variabel y

$\sum x$ = Jumlah dari skor butir

$\sum y$ = Jumlah dari skor total

N = Jumlah responden atau sampel

$\sum xy$ = Jumlah perkalian dari skor butir dan skor total

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dari skor butir

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dari skor total

⁴⁰ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 356

Validitas data diukur dengan cara membandingkan nilai hitung r (koefisien korelasi) dan nilai table r kriterianya jika nilai hitung r lebih besar ($>$) dari nilai r table maka item instrument tersebut valid. Uji ini bias juga dihitung dengan SPSS.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument, yaitu menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang Konsisten, apabila pengukuran pada obyek yang sama dilakukan berulang-ulang.⁴¹

$$X = \frac{k - r}{1 - (k - r)}$$

Keterangan :

r = adalah rata-rata korelasi antar item

k = adalah jumlah item

Jika nilai reliabilitasnya kurang α yang disyaratkan yaitu 0,600, maka item indikator dapat dibuang. Selanjutnya nilai *alpha* yang lebih tinggi dari 0,600 dapat dinyatakan reliable. Uji ini bisa juga dihitung dengan SPSS.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apakah nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka

⁴¹ Zaenal Arifin, Evaluasi Pembelajaran, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), hlm. 258.

kita menerima hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial/bagian mempengaruhi variabel dependen.⁴²

Langkah-langkah pengujian:

1. Merumuskan hipotesis secara statistic
2. Tingkat nyata (α) yang digunakan sebesar 5% pada pengujian 2 arah dengan derajat kebebasan : $df = n - k$
3. t hitung dicari menggunakan rumus:

$$t_h = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

t_h = t hitung

b_i = koefisien regresi untuk i

S = standard error (simpan baku untuk masing-masing koefisien).

4. Kriteria pengujian untuk membandingkan antara t hitung dan t table maka dipergunakan :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, yaitu tidak ada

⁴²<http://www.google.co.id/amp/s/iman2ndblog.wordpress.com/2013/02/05/pengujian-hipotesis-regresi-berganda-uji-t-uji-f-dan-uji-r-square-penjelasan-lengkap/amp/>

pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.⁴³

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen.

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (harga, kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu antara harga (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Persamaan regresinya yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan

A = Konstanta

B = Koefesien regresi

X₁ = Pelayanan

⁴³ Purnama Ade Vici, *pengaruh Reward an Punishment Terhadap Kinerja Karyawan PT.. Kereta Api Indonesia Persero DAOP 8 Surabaya*, Vol. 24, Juli 2015, hlm 39.

X_2 = Harga

Y = Kepuasan

e = Error



Perpustakaan **UIN Mataram**

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Indomaret

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikan sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai moderen berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoprasian toko dan pergeseran perilaku masyarakat ke gerai moderen, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama.⁴⁴

⁴⁴<https://indomaret.co.id/>

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelola jaringan minimarket Indomaret dengan Akta Notaris No. 207, tertanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP No. 789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988. Sesuai dengan akta penderian perusahaan No. 207 tertanggal 21 November 1988 tersebut di atas, maksud dan tujuan perusahaan adalah:

- a. Bergerak dalam bidang usaha perdagangan barang dagangannya yaitu: hasil bumi (pertanian, perternakan), obat-obatan, kelontong, kosmetik, alat-alat kesehatan dan lain-lain.
- b. Mengadakan kerjasama (*join venture*) dengan masarakat dan badan usaha yang ingin membuka usaha dalam bidang perdagangan (*business retail*) dengan sistem waralaba.

Indomaret merupakan salah satu jaringan minimarket di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas toko sekitar 200 M². Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Dalam hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoprasian suatu jaringan *retail* yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

Saat ini Indomaret berkembang pesat dengan jumlah gerai mencapai lebih dari 16.000 gerai, terdiri dari 40% gerai milik terwalaba dan 60% gerai milik perusahaan. Sebagai besar pasokan barang

dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 33 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk. Kini, keberadaan Indomaret makin diperkuat dengan kehadiran Indogrosir, anak perusahaan dengan konsep bisnis perkulakan.⁴⁵

2. Visi dan Misi Indomaret

Visi

Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.

Misi

Meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi sasaran utama yang harus dapat dipenuhi.

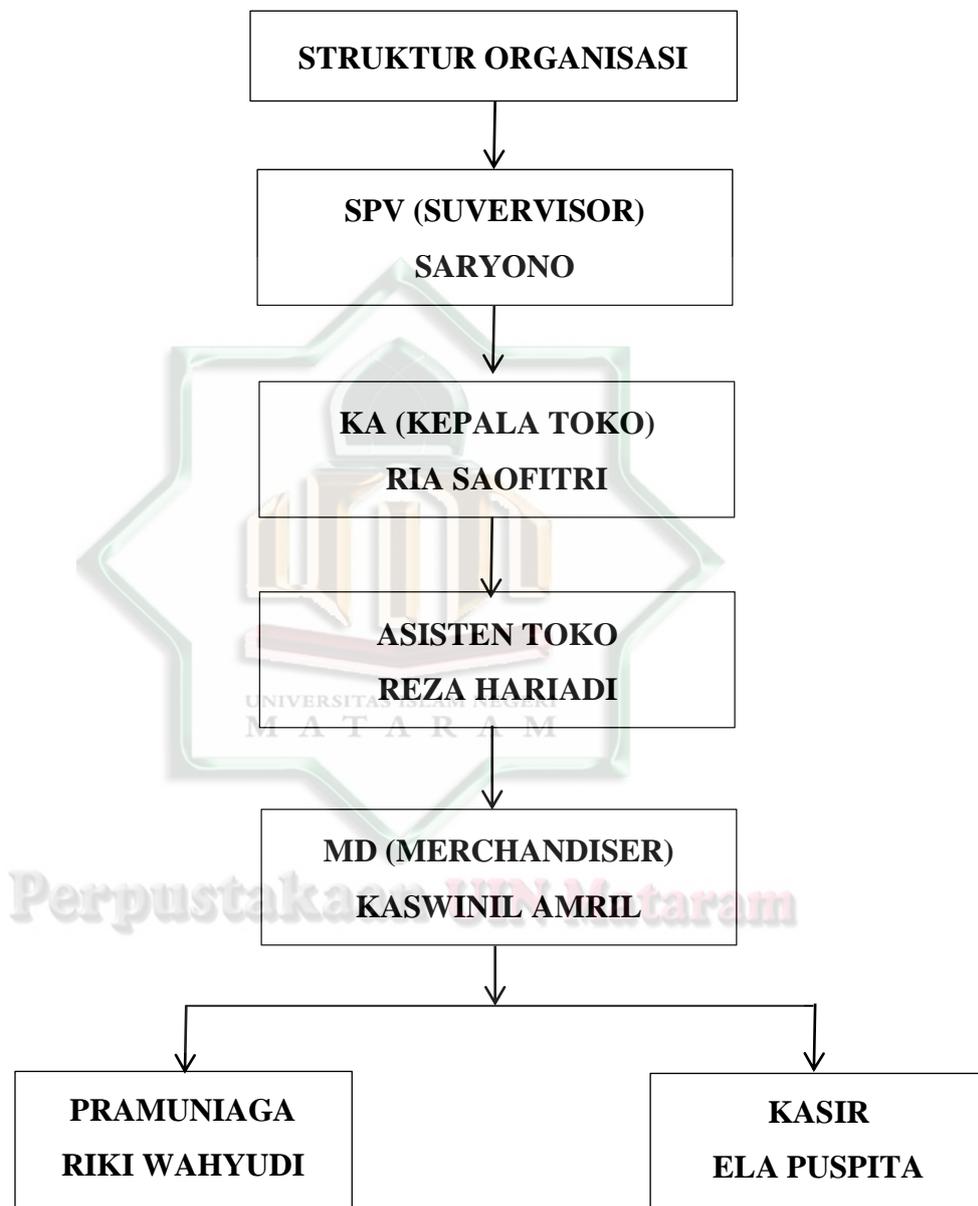
Keunggulan

- a. Bisnis franchise Indomaret merupakan yang pertama di Indonesia, dan merupakan pionner dalam bidang ritel minimarket.
- b. Bisnis kami sudah teruji dengan jumlah 10.000 gerai, namun lebih dari 32% adalah Franchise.
- c. Produk yang kami sediakan fresh dan beragam baik itu kebutuhan sehari-hari, makanan siap saji, hingga sayur dan buah tersedia di Indomaret.
- d. Mempunyai sistem pembelian virtual, serta beragam promosi menggunakan Indomaret card.

⁴⁵*Ibid.*,

3. Struktur Organisasi Indomaret

Struktur Organisasi Mini Market Indomaret⁴⁶



⁴⁶Hasil wawancara di Indomaret dengan ketua Ria saopitri, 15 Mei

4. Tugas dan Wewenang

Adapun perincian tugas dari setiap bagian dari organisasi mini market Indomaret yaitu sebagai berikut :⁴⁷

- a. Pemimpin atau kepala toko pimpinan atau kepala toko mempunyai yaitu:
 1. Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional.
 2. Mengkoordinir semua aktivitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memunahi kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan toko.
 3. Mengkoordinir dan mengola bawahan sesuai dengan budaya Pimpinan/kepala Toko Ria Saopitri Kasir Ela Puspita Pramuniaga Riki Wahyudi Wakil Kepala Toko Reza Hariadi Merchandiser Kazwinil Amril.
 4. Berkoordinir atau berhubungan dengan area coordinator atau departemen lain sehubungan dengan adanya masalah atau program- program tertentu yang berkaitan dengan toko.
 5. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.
- b. Wakil Pimpinan atau Assisten Kepala Toko Wakil pimpinan atau asisten kepada toko memiliki tugas yaitu:

⁴⁷Hasil Observasi di Indomaret Gomong Jl. pemuda , 15 Mei

1. Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional.
 2. Mengkoordinir semua aktivitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan meningkatkan jumlah pelanggan di toko.
 3. Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.
 4. Melapor atau meminta persetujuan kepada kepala Toko mengenai keputusan yang berhubungan dengan toko.
- c. Merchandiser bertugas yaitu:
1. Mengkoordinir permintaan barang dagangan dari distribution center.
 2. Mengkoordinir pendisplayan barang dagangan baik di rak-rak penjualan ataupun gudang.
 3. Mengkoordinir dan memastikan sarana promosi terpasang sesuai 24 petunjuk
 4. Menjaga dan merawat sarana promosi tersebut.
 5. Menggantikan kepala toko atau asisten kepala toko apabila sedang libur.
- d. Kasir adapun tugas kasir yaitu sebagai berikut:
1. Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
 2. Mempersiapkan sarana kerja yang diperlukan.
 3. Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.

4. Melakukan proses transaksi penjualan langsung.
 5. Pemanjangan barang (display)
 6. Persiapan retur barang.
 7. Informasi dan penawaran program promosi.
 8. Pencetakan barang.
 9. Stock Opname.
- e. Pramuniaga memiliki beberapa tugas yaitu:
1. Memberikan pelayanan kepada pelanggan.
 2. Melaksanakan kebersihan.
 3. Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.
 4. Menerima penitipan barang.
 5. Pemanjangan barang (display)
 6. Persiapan retur barang.
 7. Informasi dan penawaran program promosi.
 8. Penyebaran Leaflet.
 9. Informasi barang kosong kepada merchandiser/kepala toko/asisten kepala toko.

5. Bidang Usaha

PT. Indomaret merupakan perusahaan dagang di bidang retail yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Sedangkan retail atau eceran merupakan semua kegiatan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan rumah tangga, bukan untuk keperluan bisnis.

6. Mengetahui Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembelanjaan barang

Perusahaan besar pada umumnya melakukan riset dengan cermat tentang keputusan berbelanja barang untuk mengetahui sesuatu yang dibeli oleh konsumen, tempat, alasan dan cara mereka membeli serta tingkat harga yang mereka bayar. Proses bermula jauh sebelum perusahaan berbelanja apa saja produk yang harus dibeli.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pembelanjaan barang diantaranya:⁴⁸

a. Perencanaan dan pengendalian persediaan

Aktivitas produksi dan operasi perusahaan sangat ditentukan oleh tersedianya bahan atau input yang diperlukan bagi kelancaran proses produksi dan operasi tersebut. Oleh karena itu, perencanaan dan pengendalian persediaan merupakan fungsi manajerial yang sangat penting, karena persediaan fisik banyak perusahaan melibatkan investasi rupiah terbesar dalam pos aktivitas lancar. Bila perusahaan menanamkan terlalu banyak dananya dalam persediaan, menyebabkan biaya penyimpanan yang berlebihan. Demikian pula, bila perusahaan menanamkan terlalu banyak dananya dalam persediaan yang mencukupi, dapat mengakibatkan biaya-biaya dari terjadinya kekurangan bahan.

⁴⁸Hasi observasi di Indomaret Gomong Jl pemuda , 15 Mei

Pada umumnya perusahaan-perusahaan menerapkan sistem persediaan. Sistem persediaan adalah serangkaian kebijaksanaan dan pengendalian yang memonitor tingkat persediaan dan menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga, kapan persediaan harus diisi, dan beberapa besar pesanan yang harus dilakukan. Sistem ini bertujuan untuk menetapkan dan menjamin tersedianya sumber-sumber daya yang tepat, dalam kualitas yang tepat, dan waktu yang tepat. Atau meminimumkan biaya total melalui penentuan apa, berapa, dan kapan pesanan dilakukan secara optimal.

b. Pengendalian kualitas

Kegiatan implementasi kualitas utama, yang berjalan dengan basis hari ke hari adalah inspeksi (pemeriksaan). Produk dan jasa harus selalu diperiksa agar sesuai dengan standar-standar yang telah diterapkan dan agar satuan-satuan yang rusak dapat disingkirkan. Dengan pemeriksaan ini perusahaan dapat menghemat berbagai biaya.

Tujuan utama inspeksi seharusnya adalah pencegahan (prevention), bukan perbaikan. Tujuannya adalah menghentikan pembuatan komponen-komponen rusak atau menghentikan jasa yang tidak berguna. Ini memerlukan para pemeriksa yang dapat memberitahukan kepada manajemen. Tidak hanya memberitahukan bahwa suatu produk tidak memenuhi standar atau ditolak, tetapi

juga mengapa, agar para manajer dapat memusatkan perhatiannya pada perbaikan situasi.

7. Mengetahui pengontrolan Stok Barang di Indomaret

Dalam transaksi pembelian, penjualan, dan pemesanan barang diperlukan adanya sistem informasi yang digunakan untuk pengontrolan stok barang. Sistem stok yang ada di perusahaan, dapat dibedakan menjadi 2 yaitu:

- a. Barang dikirim oleh pihak supplier melebihi batas maksimum, walaupun sebenarnya pihak perusahaan tidak memesan barang yang dikirim oleh pihak supplier tadi. Dalam hal ini supplier mengirim barang yang laris dipasaran sehingga diharapkan pihak perusahaan dapat menjual kepada pihak konsumen.
- b. Barang dikirim oleh pihak supplier karena ada perasaan dari pihak perusahaan itu sendiri, untuk mengatasi keadaan yang demikian, maka diperlukan gudang yang cukup luas untuk dapat menampung jumlah persediaan barang yang ada. Stok barang yang di gudang, haruslah ditata sedemikian rupa berdasarkan tipe barang untuk memudahkan di dalam melakukan pemeriksaan fisik barang.

8. Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data ini digunakan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah Konsumen Indomaret Gomong Jln. Pemuda Kecamatan Selarang Kota Mataram. Penggolongan yang dilakukan terhadap populasi dan sampel dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran umum tentang responden sebagai populasi penelitian. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 orang sebagai responden penelitian, karakteristik responden sebagai berikut :

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	38	38%
Perempuan	62	62%
Total	100	100

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 responden atau 38% dan sebanyak 62 responden atau 62% berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Tabel 4.2
Berdasarkan usia

Usia	Frequency	Persen
16-20 Tahun	21	21%
21-30 Tahun	42	42%
> 31 Tahun	37	37%
Total	100	100

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 21 responden usia 6-21 tahun atau 21%, sebanyak 42 responden usia 21-30 tahun atau 42% dan sebanyak 37 responden usia lebih dari 31 tahun atau 37%.

c. Karakteristik Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3
Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frequency	Percent
SD	6	6%
SMP	19	19%
SMA/SMK	45	45%
Perguruan Tinggi	30	30%
Total	100	100

Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 6 responden pendidikan terakhir SD atau 6%, sebanyak 19 responden pendidikan terakhir SMP atau 19%, sebanyak 45 responden pendidikan terakhir SMA/SMK atau 45% dan sebanyak 30 responden pendidikan terakhir perguruan tinggi atau 30%.

d. Karakteristik Pekerjaan

Tabel 4.4
Berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Percent
Mahasiswa/Pelajar	11	11%
Wirausaha	31	31%
Pegawai swasta	38	38%
PNS	12	12%
Lainnya	8	8%
Total	100	100

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 11 responden sebagai mahasiswa/pelajar atau 11%, sebanyak 31 responden pekerjaan sebagai wirausaha atau 31%, sebanyak 38 responden pekerjaan sebagai Pegawai swasta atau 38%, sebanyak 12 responden pekerjaan sebagai PNS atau 12%, dan sebanyak 8 responden pekerjaan lainnya atau 8%.

B. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang akan dibahas di bawah ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows*, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah sebuah instrumen dari sebuah pernyataan kuensioner dapat dinyatakan valid dan reliabel atau tidak, disajikan sebagai berikut:

b. Hasil Uji Validitas

Validitas yang dimaksud adalah untuk menyatakan sejauh mana suatu ukuran menunjukkan tingkat keasliannya atau validnya kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruk (*construk validity*) yang merupakan validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya.⁴⁹

Dalam pengujian ini, instrumen dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dikatakan valid. Dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dikatakan tidak valid. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang (N=100), dan derajat signifikasikan

⁴⁹Sofian Siregar, *Startistik Parametik Untuk penelitian Kuantitatif*, (Jakarta, PT. Bumi Aksara, 2014), hal.77.

yang digunakan adalah 0,05 (5%). Dalam melakukan uji validitas peneliti menggunakan SPSS Versi 22.

Uji signifikasikan dilakukan dengan membandingkan r_{tabel} dengan r_{hitung} , dimana r_{hitung} diperoleh dari data konsioner yang dibagikan kepada responden kemudian diolah dengan aplikasi SPSS. Sedangkan nilai r_{tabel} diperoleh dari melihat tabel yang telah disediakan dalam *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana (n) adalah jumlah sampel. Jadi (n) = 100 dan besarnya df dapat dihitung $100-2 = 98$. Dilihat dalam r_{tabel} df yang telah disediakan adalah 0,196.

1. Variabel Harga (X1)

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel harga (X1) dapat dilihat pada (**Lampiran 4**), diketahui bahwa pada butir pernyataan nomor 1 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,652 dan r_{tabel} 0,196 yang menandakan bahwa, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya kuesioner pada pernyataan nomor 1 valid. Butir pernyataan nomor 2 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,734 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan nomor 2 valid. Butir pernyataan nomor 3 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,535 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan nomor 3 valid. Butir pernyataan nomor 4 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,822 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan nomor 4 valid. Butir pernyataan nomor 5 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,694 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan nomor 5 valid.

2. Variabel kualitas pelayanan (X2)

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan (X2) dapat dilihat pada (**Lampiran 3**), diketahui bahwa pada butir pernyataan nomor 1 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,805 dan r_{tabel} 0,196 yang menandakan bahwa, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya kuesioner pada pernyataan no 1 valid. Selanjutnya pernyataan no 2 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,642 dan r_{tabel} 0,196, berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid. Pernyataan nomor 3 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,645 dan r_{tabel} 0,196, berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid. Butir pernyataan nomor 4 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,757 dan r_{tabel} 0,196, berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid. Butir pernyataan nomor 5 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,75 dan r_{tabel} 0,196, berarti $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid.

3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada (**Lampiran 5**), diketahui bahwa pada butir pernyataan nomor 1 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,834 dan r_{tabel} 0,196 yang menandakan bahwa, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya kuesioner pada pernyataan nomor 1 valid. Butir pernyataan nomor 2 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,584 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan nomor 2 valid. Butir pernyataan nomor 3 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,709 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan

nomor 3 valid. Butir pernyataan nomor 4 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,737 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan nomor 4 valid. Butir pernyataan nomor 5 menunjukkan nilai r_{hitung} 0,882 dan r_{tabel} 0,196 maka pernyataan nomor 5 valid.

c. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Uji signifikansi dilakukan pada taraf 0,05 (5%). Instrumen dikatakan reliabel jika nilai alpha > 0,6. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *Alpha Cronbach*, teknik ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel atau tidak.⁵⁰

Berdasarkan hasil uji reabilitas dapat dilihat pada **(Lampiran 6)**, diketahui bahwa variabel harga mempunyai nilai Koefisien *Alpha Cronbach* 0,715 yang artinya lebih besar dari 0,6, sehingga instrumen penelitian dinyatakan *reliable*.

Berdasarkan hasil uji reabilitas dapat dilihat pada **(Lampiran 7)**, bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai Koefisien *Alpha Cronbach* 0,767 yang artinya lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen penelitian dinyatakan *reliable*.

Berdasarkan hasil uji reabilitas dapat dilihat pada **(Lampiran 8)**, bahwa variabel Kepuasan Konsumen mempunyai nilai

⁵⁰ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal. 77.

Koefisien *Alpha Cronbach* 0,784 yang artinya lebih besar dari 0,6 sehingga instrumen penelitian dinyatakan *reliable*.

d. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) (Abidin *et al.*, 2017). Pengujian regresi linier berganda ini dilakukan dengan satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen dengan persamaan regresi linier sederhana yaitu $Y=a+b_1X_1+b_2+b_3X_3$, berikut adalah hasil output regresi linier berganda :

Berdasarkan hasil (**Lampiran 9**) menghasilkan rumus formulasi regresilinier berganda $Y=2,240+0,532+0,299$

- a. Koefisien X_1 sebesar 0,299 artinya apabila variabel kualitas harga (X_1) meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,299 satuan.
- b. Koefisien X_2 sebesar 0,532 artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X_2) meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,532 satuan.
- c. Konstanta sebesar = 2,240 artinya apabila variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dalam keadaan konstan, maka kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 2,240.

2. Dasar pengambilan keputusan

a. Uji t (Uji parsial)

Uji t (uji parsial) ini digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel bebasnya secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikatnya (Nurdiansyah dan Matadji, 2016).

Nilai t tabel = $t (\alpha/2;n-k-1) = t (0,025;96) = 1,984$.

Ketentuannya yaitu jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jika t hitung $> t$ tabel maka H_a diterima, dan sebaliknya. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

b. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Nilai signifikan (*sig*) pengaruh X_1 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,967 > t$ tabel $1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima.

c. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Nilai signifikan (*sig.*) pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,783 > t$ tabel $1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima.

3. Pembahasan /Interprestasi Data

Berdasarkan dari hasil pengujian instrumen dan hasil analisis data di atas serta hasil observasi yang dilakukan dapat diterangkan pada pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut :

a. Pembahasan Atas Uji Validitas dan Reliabilitas

Sesuai dengan uji validitas dan reliabilitas yang telah dilakukan di atas dari masing-masing variabel di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas di atas terlihat bahwa seluruh instrumen pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen menghasilkan r hitung $>0,196$, sehingga 20 butir pernyataan dalam kuensioner ini dapat dikatakan valid dan dapat digunakan sebagai pernyataan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas terlihat bahwa seluruh instrumen pernyataan dalam variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai *Cronbach`s Alpha* $> 0,6$. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dapat dinyatakan reliabel, dan dapat digunakan untuk pengumpul data.

4. Pembahasan

a. Pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikatakan bahwa variabel harga mempengaruhi variabel kepuasan konsumen dengan nilai t hitung positif untuk variabel harga 4,967 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima yang berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Indomaret Gomong, kec selaparang, kabupaten Nusa Tenggara Barat.

b. Pengaruh Kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen(Y)

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan konsumen dengan nilai t hitung positif untuk variabel kualitas pelayanan 8,783 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Indomaret Gomong, Kec selaparang, Kabupaten Nusa Tenggara Barat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pengujian hipotesis tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Gomong, Jl. Pemuda, Kecamatan Selaparang, Kabupaten Nusa Tenggara Barat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga (X1) memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditunjukkan dari hasil regresi linier berganda sebesar 0,299.

Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditunjukkan dari hasil regresi linier berganda sebesar 0,532.

2. Uji t (parsial) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditunjukkan dari hasil nilai T tabel = $t(\alpha/2; n-k1) = t(0,025; 96) = 1,984$.

5.2 Saran

Temuan dalam penelitian ini memperkaya bukti empiris hubungan kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan konsumen, mendukung hasil studi bahwa ketika pelanggan merasakan kualitas pelayanan yang memuaskan, harga yang terjangkau dan stabil, maka pelanggan akan merasa puas.

Beradasrkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Karyawan Ria Indomaret Gomong, Jl. Pemuda, Kec. Selaparang, Kabupaten Nusa Tenggara Barat sebaiknya meningkatkan kembali kualitas pelayanan untuk para konsumennya. Hal itu penting karena semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Karena kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.
2. Harga yang ditetapkan oleh SARYONO SPV (SUVERVISOR) Indomaret Gomong Jl. Pemuda, Kec. Selaparang, Kabupaten Nusa Tenggara Barat sudah terjangkau, namun sebaiknya disesuaikan lagi dengan kualitas yang diterima konsumen. Penting disadari oleh pihak manajemen bahwa harga-harga di Indomaret Gomong Jl. Pemuda, Kec. Selaparang, Kabupaten Nusa Tenggara Barat hendaknya selalu kompetitif dengan harga yang bervariasi, harga yang terjangkau, harga yang stabil, harga yang ditawarkan sesuai dengan apa yang didapat pelanggan (pelayanan, fasilitas, suasana), dan harga yang ditawarkan lebih murah karena memiliki diskon.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel selain kualitas pelayanan, harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, contohnya menambahkan variabel promosi, kualitas produk, fasilitas dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Fathnur Sani, *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas Dan Eksperimental Dolengkapi Dengan Analisis Data Program SPSS*, Yogyakarta: Group Penerbit CV. Budi Utama, 2018.
- Freddy Rangkuti, *Service Satisfaceton & Call Center Berdasarkan Iso 9001 Mengukur Pelayanan Jasa Plus Studi Kasus Pt Asuransi Jiwa Manulife Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Uatama, 2013.
- Hana Ofela, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi" *Jurnal*, Volume 5, Nomor 1, Januari 2016.
- Luthfi Parinduri Dkk, *Manajemen Operasional Teori Dan Strategi*, Yaysan Kita Menulis: 2020.
- Rifai, *Kualitatif Teori, Praktek Dan Riset Penelitian Kualitatif Teologo*, Jakarta: Yoyo Topten Exacta, 2019.
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Unaradjn, Dominikus Dolet, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Atma Jaya, 2019.
- Yosi Pratama, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Po. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi", *Jurnal, Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* Vol. 15 Edisi Khusus April 2015.
- Ruru putri Utami dan Hendra Saputra, "Pengaruh Harga Dan kualitas Pelayanan Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan", Dalam *Jurnal Niagawan*, Volume 6, Nomor 2, Oktober 2017.,47
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinas (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Mohamad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya", *Penelitian Kuantitatif*, Vol. 15, Nomor.1 Juni 2015.

- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011).
- Nana Syodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 2010).
- Jonata Sorwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Suharaimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi III*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010).
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet II, (Jakarta: Kencana Prenda Media Group, 2014)
- Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Zaenal Arifin, *Evaluasi Pembelajaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011).
- Purnama Ade Vici, *Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kereta Api Indonesia Persero DAOP 8 Surabaya*, Vol.24, Juli 2015.
- Ade Syarif Maulana, ``Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI`` Dalam *Jurnal Ekonomi*, Volume 7 Nomor 2,2 November 2016.
- Wiliam J Stanton, *Prinsip Pemasaran Edisi 7*, (Jakarta: Erlangga, 1998).
- Rahmat Sulistiyo *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai variabel Mediasi Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yokyakarta 2015*.
- Rini, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa pelayanan Driver Grab Studi Kasus IAIN Metro*, (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019).
- Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: 2019), hlm.61

Lampiran tabel responden

Harga (X2)

No Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total (X2)
1	2	2	5	4	4	17
2	2	2	4	2	4	14
3	4	2	2	4	4	16
4	4	2	2	2	4	14
5	4	4	2	4	4	18
6	2	4	4	2	4	18
7	2	2	4	2	4	14
8	2	2	4	4	2	12
9	2	2	5	4	4	17
10	4	2	2	2	4	16
11	2	2	4	2	4	14
12	2	4	4	5	4	16
13	4	5	4	2	4	22
14	2	2	4	4	2	12
15	4	4	5	4	4	21
16	2	4	4	5	2	16
17	5	5	5	4	4	24
18	2	4	4	2	4	18
19	2	2	4	2	4	14
20	2	2	4	4	2	12
21	2	2	5	4	4	17
22	4	2	2	2	4	16
23	4	4	2	2	4	16

24	4	4	2	2	4	16
25	4	4	2	2	2	14
26	4	4	2	4	4	16
27	4	4	2	5	4	18
28	4	5	5	4	5	24
29	5	5	4	2	4	22
30	4	4	2	2	2	14
31	4	4	2	2	4	16
32	2	2	2	4	2	10
33	5	5	4	4	4	22
34	5	5	4	5	4	22
35	5	5	5	1	5	25
36	2	2	1	4	2	8
37	5	5	4	2	4	22
38	4	4	2	4	2	14
39	4	5	5	2	5	23
40	4	4	2	4	2	14
41	5	5	4	2	4	22
42	4	4	2	2	2	14
43	4	4	2	5	4	16
44	4	5	4	5	4	22
45	4	4	5	4	4	22
46	2	2	5	2	4	17
47	2	2	4	4	4	14
48	5	5	5	2	5	24
49	4	2	2	4	4	14
50	4	4	2	4	4	18

51	2	4	4	2	4	18
52	2	2	4	2	4	14
53	2	2	4	4	2	12
54	2	2	5	4	4	17
55	4	2	2	4	4	16
56	4	5	4	5	4	22
57	4	4	5	5	4	22
58	2	4	2	4	2	14
59	4	2	4	2	4	16
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	2	4	18
62	4	2	4	2	2	14
63	5	4	4	4	4	21
64	4	4	5	4	4	21
65	4	2	4	5	4	19
66	2	2	2	2	2	10
67	1	2	2	1	2	8
68	4	4	2	4	5	19
69	4	2	4	2	2	14
70	5	5	4	4	4	22
71	4	4	2	2	4	16
72	1	2	2	2	2	9
73	2	2	5	4	4	17
74	2	2	4	2	4	14
75	4	2	2	4	4	16
76	4	2	2	2	4	14
77	4	4	2	4	4	18

78	4	4	4	4	4	20
79	2	2	4	2	4	14
80	2	2	4	2	2	12
81	2	2	5	4	4	17
82	4	2	2	4	4	16
83	2	2	4	2	4	14
84	2	4	4	2	4	16
85	4	4	4	4	4	20
86	2	2	2	2	2	10
87	4	4	5	4	4	21
88	2	4	4	4	2	16
89	4	4	4	4	4	20
90	2	4	4	4	4	18
91	2	2	2	2	4	12
92	2	2	4	2	2	12
93	2	2	5	4	4	17
94	4	2	2	2	4	24
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	2	2	4	16
97	4	4	2	2	2	14
98	2	2	2	2	2	10
99	4	4	2	4	4	18
100	4	4	2	2	2	14

Kualitas pelayanan (X1)

No Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total (X1)
1	4	4	4	4	5	21
2	4	4	4	2	4	18
3	4	2	4	2	2	14
4	4	4	2	4	4	18
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	5	4	21
7	4	5	2	4	2	17
8	2	4	2	1	2	11
9	4	4	4	4	5	21
10	4	2	4	2	2	14
11	4	5	2	4	2	17
12	4	5	4	4	5	22
13	4	5	4	4	4	21
14	1	2	2	1	2	8
15	5	4	5	5	5	24
16	2	4	2	2	4	14
17	5	4	5	5	5	24
18	4	4	4	5	4	21
19	4	5	2	4	2	17
20	2	4	4	1	2	13
21	4	4	4	4	5	21
22	4	2	4	2	2	14
23	4	4	4	4	4	20
24	2	4	5	2	4	17

25	4	2	2	4	4	16
26	4	5	4	2	4	19
27	4	5	2	4	4	19
28	4	5	4	5	5	23
29	4	4	4	2	4	18
30	2	2	4	2	2	12
31	4	4	4	4	4	20
32	2	2	2	2	2	10
33	5	4	5	2	4	20
34	4	2	4	2	4	16
35	5	2	4	5	5	21
36	2	2	2	2	2	10
37	4	5	4	4	4	21
38	2	2	2	4	2	12
39	5	4	5	4	5	23
40	2	4	2	4	4	16
41	5	4	5	2	4	20
42	2	2	2	2	2	10
43	4	5	4	4	4	21
44	5	4	4	4	4	21
45	4	5	5	4	4	22
46	4	4	4	4	5	21
47	4	4	5	2	4	19
48	4	5	4	5	2	20
49	4	5	2	4	4	19
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	5	4	21

52	4	5	2	4	2	17
53	2	4	2	1	2	11
54	4	4	4	4	5	21
55	4	2	4	2	2	14
56	5	4	4	4	4	21
57	4	5	5	4	4	22
58	2	4	4	2	2	14
59	4	4	2	4	4	18
60	4	4	4	4	4	20
61	4	2	5	2	4	17
62	2	4	2	2	4	14
63	5	2	4	2	4	17
64	5	4	5	4	4	22
65	4	4	4	2	2	16
66	2	2	2	2	2	10
67	1	1	1	2	2	7
68	5	4	2	2	4	17
69	2	4	4	2	4	16
70	4	5	4	4	4	21
71	2	2	2	2	2	10
72	1	2	2	2	2	9
73	4	2	5	4	5	20
74	2	4	2	2	4	14
75	4	2	4	2	2	14
76	4	4	2	4	4	18
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	5	4	4	21

79	4	5	2	4	2	17
80	2	4	2	4	5	17
81	4	4	4	4	4	20
82	4	2	5	2	2	15
83	4	5	2	4	2	17
84	4	5	4	4	5	22
85	4	4	4	1	2	15
86	1	2	2	2	2	9
87	5	4	5	5	5	24
88	2	4	4	2	4	16
89	4	5	5	4	4	22
90	4	4	5	5	4	22
91	4	5	2	4	2	17
92	2	4	4	2	2	14
93	4	4	4	4	5	21
94	4	2	5	2	4	17
95	4	4	5	4	4	21
96	2	2	2	2	2	10
97	4	2	2	4	4	16
98	2	2	2	2	4	12
99	4	5	4	4	4	21
100	4	5	5	2	2	18

Kepuasan konsumen (Y)

No Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total (Y)
1	4	4	4	2	4	18
2	4	4	4	2	4	18
3	4	2	4	2	4	16
4	4	4	2	2	4	19
5	4	4	4	5	4	21
6	4	4	4	2	4	18
7	4	5	2	2	24	17
8	2	4	2	2	4	12
9	4	4	4	2	4	18
10	4	2	4	2	4	16
11	4	5	2	2	4	17
12	4	5	4	2	5	19
13	4	5	4	4	2	22
14	1	2	2	2	5	9
15	5	4	5	4	2	23
16	2	4	2	2	5	12
17	5	4	5	5	4	24
18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	2	2	2	17
20	2	4	4	2	4	14
21	4	4	4	2	4	18
22	4	2	4	2	5	16
23	4	4	4	4	4	21
24	2	4	5	4	4	19

25	4	2	2	4	4	16
26	4	5	4	4	5	21
27	4	5	2	4	5	20
28	4	5	4	2	4	20
29	4	4	4	4	2	20
30	2	2	4	2	4	12
31	4	4	4	2	2	18
32	2	2	2	2	4	10
33	5	4	5	4	4	22
34	4	2	4	4	5	18
35	5	2	4	4	1	20
36	2	2	2	2	4	9
37	4	5	4	4	2	21
38	2	2	2	1	5	9
39	5	4	5	5	4	24
40	2	4	2	4	4	16
41	5	4	5	4	2	22
42	2	2	2	1	4	9
43	4	5	4	4	5	21
44	5	4	4	4	4	22
45	4	5	5	5	4	23
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	5	2	5	19
48	4	5	4	4	4	22
49	4	5	2	2	4	17
50	4	4	4	5	4	21
51	4	4	4	2	4	18

52	4	5	2	2	2	17
53	2	4	2	2	4	12
54	4	4	4	2	4	18
55	4	2	4	4	5	18
56	5	4	4	4	4	22
57	4	5	5	2	4	20
58	2	4	4	2	2	14
59	4	4	2	2	2	14
60	4	4	4	4	4	20
61	4	2	5	4	4	19
62	2	4	2	2	2	12
63	5	2	4	4	4	19
64	5	4	5	4	5	23
65	4	4	4	4	4	20
66	2	2	2	2	2	10
67	1	1	1	2	2	7
68	5	4	2	4	4	19
69	2	4	4	2	2	14
70	4	5	4	4	4	21
71	2	2	2	2	4	14
72	1	2	2	4	2	9
73	4	2	5	4	4	19
74	2	4	2	2	2	14
75	4	2	4	2	4	16
76	4	4	2	5	4	16
77	4	4	4	5	4	21
78	4	4	5	2	4	22

79	4	5	2	2	4	17
80	2	4	2	4	2	12
81	4	4	4	2	4	20
82	4	2	5	2	4	17
83	4	5	2	2	4	17
84	4	5	4	4	4	19
85	4	4	4	4	4	20
86	1	2	2	2	2	9
87	5	4	5	4	5	23
88	2	4	4	2	2	14
89	4	5	5	2	4	20
90	4	4	5	2	4	19
91	4	5	2	2	4	17
92	2	4	4	2	2	14
93	4	4	4	4	4	20
94	4	2	5	2	4	17
95	4	4	5	4	2	19
96	2	2	2	2	2	10
97	4	2	2	4	4	16
98	2	2	2	2	2	10
99	4	5	4	4	5	22
100	4	5	5	4	2	20

Hasil uji validitas

Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Kuesioner	r Hitung	r Tabel (df=N-2)	Keterangan
X2.01	0,652	0,196	VALID
X2.02	0,734	0,196	VALID
X2.03	0,535	0,196	VALID
X2.04	0,822	0,196	VALID
X2.05	0,694	0,196	VALID

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Kuesioner	r Hitung	R Tabel(df=N2)	Keterangan
X1.01	0,805	0,196	VALID
X1.02	0,642	0,196	VALID
X1.3	0,645	0,196	VALID
X1.4	0,757	0,196	VALID
X1.5	0,75	0,196	VALID

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Hasil Uji validitas Kepuasan konsumen (Y)

Kuesioner	r Hitungan	r Tabel (df=N2)	Keterangan
Y.01	0,834	0,196	VALID
Y.02	0,584	0,196	VALID
Y.03	0,709	0,196	VALID
Y.04	0,737	0,196	VALID
Y.05	0,882	0,196	VALID

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2021

Hasil uji Reliabelitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,767	0,6	Reliabel
Harga(X2)	0,715	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,784	0,6	Reliabel

Sumber : Data penelitian yang diolah 2021

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std.Error	Beta		
1 (Constant)	-,240	,710		-,338	,736
KUALITAS PELAYANAN	,532	,061	,536	8,783	,000
HARGA	,299	,060	,281	4,967	,000

Sumber: Data yang dioalah SPSS, 2021



Perpustakaan UIN Mataram

Hasil SPSS

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TOTAL.Y	17,3600	4,07882	100
TOTAL.X1	17,4200	4,11005	100
TOTAL.X2	16,6900	3,89430	100

Correlations

		TOTAL.Y	TOTAL.X1	TOTAL.X2
Pearson Correlation	TOTAL.Y	1,000	,895	,796
	TOTAL.X1	,895	1,000	,723
	TOTAL.X2	,796	,723	1,000
Sig. (1-tailed)	TOTAL.Y	,000	,000	,000
	TOTAL.X1	,000	.	,000
	TOTAL.X2	,000	,000	.
N	TOTAL.Y	100	100	100
	TOTAL.X1	100	100	100
	TOTAL.X2	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL.X2, TOTAL.X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,921 ^a	,848	,845	1,60746	,848	270,207	2	97	,000	2,048

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X2, TOTAL.X1

b. Dependent Variable: TOTAL.Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1396,398	2	698,199	270,207	,000 ^b
	Residual	250,642	97	2,584		
	Total	1647,040	99			

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL.X2, TOTAL.X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,330	,759		,435	,665					
	TOTAL.X1	,665	,057	,670	11,701	,000	,895	,765	,463	,478	2,093
	TOTAL.X2	,326	,060	,311	5,431	,000	,796	,483	,215	,478	2,093

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Coefficient Correlations^a

Model		TOTAL.X2	TOTAL.X1
1	Correlations	TOTAL.X2	1,000
		TOTAL.X1	-,723
	Covariances	TOTAL.X2	,004
		TOTAL.X1	-,002

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Collinearity Diagnostics^a

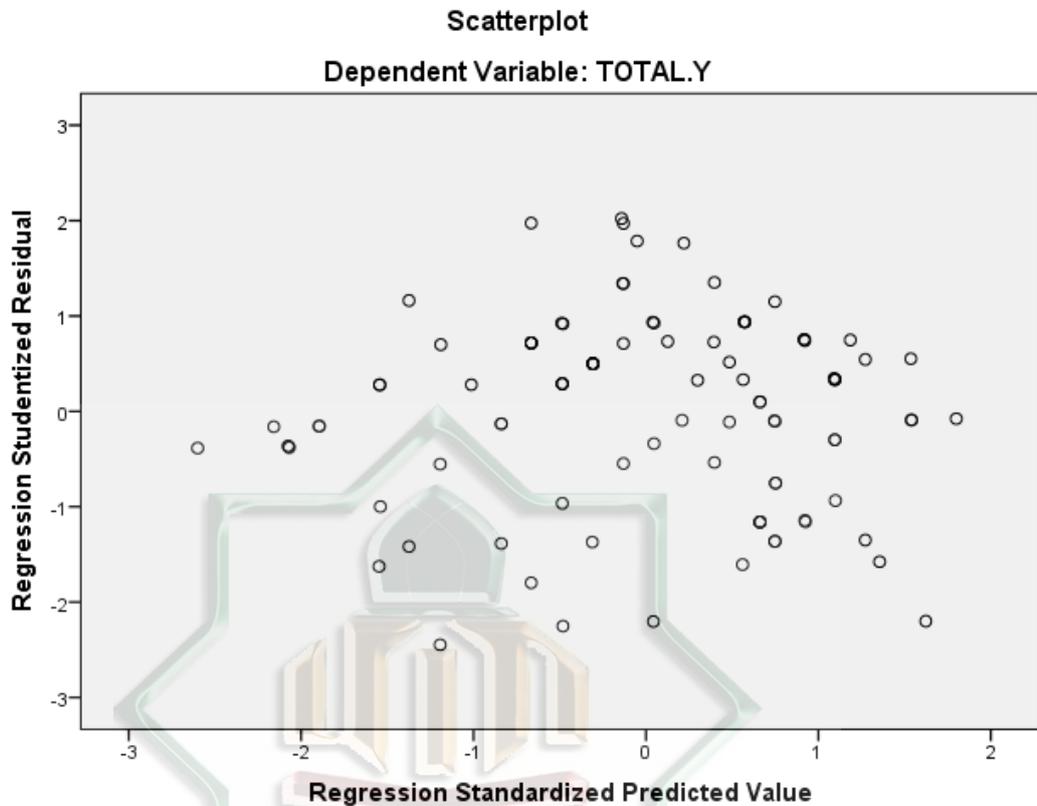
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	TOTAL.X1	TOTAL.X2
1	1	2,956	1,000	,01	,00	,00
	2	,030	9,904	,99	,15	,13
	3	,014	14,360	,00	,85	,87

a. Dependent Variable: TOTAL.Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7,5949	24,1204	17,3600	3,75567	100
Std. Predicted Value	-2,600	1,800	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,163	,484	,270	,069	100
Adjusted Predicted Value	7,6454	24,1263	17,3665	3,75522	100
Residual	-3,87710	3,17138	,00000	1,59114	100
Std. Residual	-2,412	1,973	,000	,990	100
Stud. Residual	-2,448	2,022	-,002	1,005	100
Deleted Residual	-3,99297	3,33089	-,00652	1,64142	100
Stud. Deleted Residual	-2,514	2,055	-,004	1,014	100
Mahal. Distance	,033	7,976	1,980	1,619	100
Cook's Distance	,000	,086	,011	,018	100
Centered Leverage Value	,000	,081	,020	,016	100

a. Dependent Variable: TOTAL.Y



NPAR TESTS
/K-S (NORMAL) =RES_1
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,59114351
	Absolute	,119
Most Extreme Differences	Positive	,074
	Negative	-,119
Kolmogorov-Smirnov Z		1,189
Asymp. Sig. (2-tailed)		,118

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

MEANS TABLES=TOTAL.Y BY TOTAL.X1 TOTAL.X2
 /CELLS MEAN COUNT STDDEV
 /STATISTICS LINEARITY.

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
TOTAL.Y * TOTAL.X1	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%
TOTAL.Y * TOTAL.X2	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

TOTAL.Y * TOTAL.X1

Report

TOTAL.Y

TOTAL.X1	Mean	N	Std. Deviation
7,00	7,0000	1	.
8,00	9,0000	1	.
9,00	9,0000	2	,00000
10,00	10,3333	6	1,86190
11,00	12,0000	2	,00000
12,00	10,3333	3	1,52753
13,00	14,0000	1	.
14,00	14,8000	10	1,93218
15,00	18,5000	2	2,12132
16,00	16,2857	7	2,13809
17,00	17,2308	13	1,83275
18,00	17,8333	6	2,40139
19,00	19,2500	4	1,70783
20,00	20,6364	11	1,28629
21,00	20,0000	19	1,63299
22,00	20,4286	7	1,81265
23,00	22,0000	2	2,82843
24,00	23,3333	3	,57735
Total	17,3600	100	4,07882

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			1388,694	17	81,688	25,928	,000
TOTAL.Y * TOTAL.X1	Between Groups	Linearity	1320,194	1	1320,194	419,035	,000
		Deviation from Linearity	68,500	16	4,281	1,359	,183
	Within Groups		258,346	82	3,151		
Total			1647,040	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
TOTAL.Y * TOTAL.X1	,895	,802	,918	,843

TOTAL.Y * TOTAL.X2

Report

TOTAL.Y

TOTAL.X2	Mean	N	Std. Deviation
8,00	8,0000	2	1,41421
9,00	9,0000	1	.
10,00	9,7500	4	,50000
12,00	12,8571	7	2,47848
14,00	15,5909	22	2,95456
16,00	16,7222	18	3,12119
17,00	18,8750	8	,99103
18,00	19,9000	10	1,37032
19,00	19,5000	2	,70711
20,00	20,2000	5	1,09545
21,00	22,0000	4	2,00000
22,00	21,1818	11	1,40130
23,00	24,0000	1	.
24,00	20,7500	4	2,98608
25,00	20,0000	1	.
Total	17,3600	100	4,07882

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL.Y * TOTAL.X2	(Combined)		1171,042	14	83,646	14,937	,000
	Between Groups	Linearity	1042,635	1	1042,635	186,186	,000
		Deviation from Linearity	128,407	13	9,877	1,764	,062
		Within Groups	475,998	85	5,600		
		Total	1647,040	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
TOTAL.Y * TOTAL.X2	,796	,633	,843	,711

Perpustakaan UIN Mataram







Perpustakaan **UIN Mataram**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Della Martina Wulandari
Tempat, Tanggal Lahir : Bekat, 8 Maret 1999
Alamat : Dusun Bekat Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir
Kabupaten Sumbawa Besar

Nama Ayah : Syarafuddin

Nama ibu : Sahema

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- SD/MI : 2011
- MTs. Poto : 2014
- MA Muallimat NW Anjani : 2017

C. Riwayat Pekerjaan : -

D. Prestasi/Penghargaan : -

E. Pengalaman Organisasi

- PMII

F. Karya Ilmiah : -

Mataram, _____

Della Martina Wulandari