

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO INDOMARET  
TELING ATAS MANADO**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
dalam Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado



Oleh :

Fathia Nur Fitriani Pontoh  
NIM 17.4.1.076

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO**

**1444 H/2023 M**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fathia Nur Fitriani Pontoh

NIM : 17.4.1076

Program : Sarjana (Strata 1)

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 18 Juli 2023

Saya yang menyatakan

Fathia N.F Pontoh

17.4.1.076

## SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

### SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado  
Di  
Manado,-

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Skripsi Saudara/i:

Nama : Fathia N.F Pontoh  
NIM : 17.4.1.076  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado

Sudah dapat diajukan untuk ujian Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Manado, 26 Juni 2023

Pembimbing I



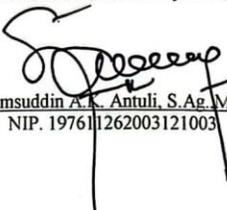
Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si  
NIP. 197009061998032001

Pembimbing II



Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs  
NIP. 197311182006041001

Mengetahui;  
Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah,



Samsuddin A.A. Antuli, S.Ag, M.A  
NIP. 197611262003121003

## PENGESAHAN SKRIPSI

iii

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado yang disusun oleh Fathia Nur Fitriani Pontoh Nim 17.4.1.076 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Selasa, 18 Juli 2023 dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah.

Manado, 24 Juli 2023

#### DEWAN PENGUJI :

Ketua : Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si



Sekretaris : Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs



Munaqisy I : Dr. Nur Fitry Latief, S.E., Ak., M.S.A., CA., CGRM



Munaqisy II : Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I



Mengetahui


 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Rosdolina R. H. So. M.Hum  
NIP. 197801242006042003

2023  
K. INTI

## TRANSLITERASI

Transliterisasi Arab-Latin berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI, dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543 b/1987, tanggal 22 Januari 1988.

1. Transliterisasi Arab-Latin IAIN Manado adalah sebagai berikut:

### a. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	!
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ẓ	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	ṡ	ي	Y
ض	ḍ		

### b. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti;

أحمدية : ditulis *Ahmadiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

**c. Ta' Marbutāh di Akhir Kat**

- 1) Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūrīyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

- 2) Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

نعمة الله : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفط : ditulis *Zakāt al-Fitr*

**d. Vokal Pendek**

Tanda *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

**e. Vokal Panjang**

- 1) “a” panjang ditulis “ā”, “i” panjang ditulis “ī”, dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda *macron* ( ¯ ) di atasnya.
- 2) Tanda *fathah* + huruf *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathhah* + *wawu* mati ditulis “au”.

**f. Vokal-vokal Pendek Berurutan**

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘):

أنتم : *a'antum*

مؤنث : *mu'annas*

**g. Kata Sandang Alif + Lam**

- 1) Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

الفرقان : ditulis *al-furqān*

- 2) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah*

yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

**h. Huruf Besar**

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

**i. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat**

1) Ditulis kata per kata atau :

2) Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام : *Syaikh al-Islām*

تاج الشريعة : *Tāj asy-Syarī'ah*

التصور الإسلامي : *At-Tasawwural-Islāmī*

**j. Lain-lain**

Kata-kata yang sudah di-bakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata ijmak, nas, akal, hak, nalar, paham, dsb., ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

**ABSTRAK**

**Nama Penyusun** : Fathia Nur Fitriani Pontoh  
**Nim** : 17.4.1.076  
**Program Studi** : Ekonomi Syariah  
**Judul** : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret  
Teling Atas Manado

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berbelanja di Indomaret Teling Atas Manado sebanyak 350 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Sampling Insidental* dengan jumlah sampel sebanyak 78 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, dan teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis regresi linier berganda. Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti menggunakan bantuan SPSS 25. Setelah dilakukan pengolahan data terdapat persamaan analisis regresi linier berganda dan mempunyai pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko Indomaret Teling Atas Manado. Hal ini ditunjukkan bahwa kualitas produk memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $5,164 > 1,991$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , kualitas pelayanan memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $9,287 > 1,991$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Besarnya pengaruh *R Square* adalah 0,532 atau 53,2%. Hal ini dibuktikan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 53,2% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga selain kualitas produk dan kualitas pelayanan masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

**Kata Kunci** : *Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado”.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memperoleh program gerlar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIAN) Manado. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang membutuhkannya dalam menjalankan tugas masing-masing selama pelaksanaan kualiah sampai dengan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang telah ikut serta membantu menyelesaikan. Atas segala bantuan dan dukungan tersebut, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Delmus Puneri Salim, M.A., M.Res., Ph.D selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
2. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Radlyah Hasan. Jan, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor II Bidang AUK juga bertindak sebagai dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, arahan, dorongan juga motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
4. Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

5. Ridwan Jamal, S.Ag, M.HI selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
6. Dr. Munir Tubagus, S.Kom., M.Cs selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado dan juga selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sjamsuddin A.K Antuli, S.Ag, MA selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
8. Telsy Fratama Dewi Samad, M.S.I sebagai Sekprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
9. Segenap dosen serta tenaga kependidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terima kasih telah membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Selaku Kepala Toko Indomaret Jalan 14 Februari 14 Teling Atas yang sudah membantu dalam penyelesaian penelitian dan juga memberi kesempatan untuk meneliti di Indomaret Teling Atas Manado.
11. Teruntuk Mama dan Papa, Hidayat Pontoh dan Anita Ruslin Abdul terima kasih telah membesarkan penulis, telah mendoakan tiada henti-hentinya setiap saat, memberikan nasehat dan semangat. Semoga kelak penulis bisa membuat kalian bangga, bahagia, dan bersyukur.
12. Teruntuk adik tersayang Fathan Moch. Rachman Pontoh, terima kasih telah mendukung penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Teruntuk Esha Wahyudi Nani, terima kasih telah membantu, tak henti-hentinya memberikan semangat dan menemani penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Teruntuk sahabat Tania Djima, Indah Poernama Sari dan Leonyla Debora Pulu terima kasih telah membantu, memberikan dukungan dan menemani penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

15. Teruntuk teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah B Angkatan 2017 yang tidak dapat disebut satu persatu terima kasih telah memberikan dukungan kepada penulis.
16. Teruntuk Bapak dan Ibu yang ada di Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sulawesi Utara divisi Pelaksanaan Haji & Umrah, terima kasih telah memberikan kesempatan untuk magang selama 4 bulan, telah membimbing, memberikan motivasi, dan semangat kepada penulis.
17. BTS, TXT, dan ENHYPEN, TREASURE terima kasih atas karya serta lagu-lagunya yang telah menghibur dan menemani penulis dalam melewati perkuliahan.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan menjadi sebuah pengetahuan yang berguna bagi yang membutuhkan.

Manado, 18 Juli 2023

Peneliti

Fathia N.F Pontoh

NIM. 17.4.1.076

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Kegunaan Penelitian .....	8
G. Definisi Operasional .....	8
H. Penelitian Terdahulu .....	11
I. Hipotesis .....	14
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>16</b>
A. Kualitas Produk .....	16
1. Pengertian Kualitas Produk .....	16
2. Dimensi Kualitas Produk .....	17
B. Kualitas Pelayanan .....	19
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	19
2. Karakteristik Pelayanan .....	21

3. Karakteristik Pelayanan Jasa .....	22
4. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	22
5. Etika Dalam Pelayanan .....	23
C. Kepuasan Konsumen .....	24
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	24
2. Dimensi Kepuasan Konsumen .....	26
3. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen .....	26
4. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen .....	27
5. Indikator Kepuasan Konsumen .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	29
B. Rancangan Penelitian .....	29
C. Populasi dan Sampel .....	29
D. Data dan Instrumen .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	32
F. Teknik Analisis Data .....	34
G. Uji Asumsi Klasik .....	37
H. Analisis Regresi Linear Berganda .....	39
I. Pengujian Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	43
B. Visi dan Budaya Perusahaan .....	44
C. Analisis Deskriptif .....	45
D. Analisis Data .....	50
E. Pengujian Hipotesis .....	59
F. Pembahasan .....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	66

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
<b>Tabel 4.3</b> Deskripsi Variabel (X1) .....	46
<b>Tabel 4.4</b> Deskripsi Variabel (X2) .....	48
<b>Tabel 4.5</b> Deskripsi Variabel (Y) .....	49
<b>Tabel 4.6</b> Uji Coba Validitas pada Variabel (X1) .....	50
<b>Tabel 4.7</b> Uji Coba Validitas pada Variabel (X2) .....	51
<b>Tabel 4.8</b> Uji Coba Validitas pada Variabel (Y) .....	51
<b>Tabel 4.9</b> Uji Validitas .....	52
<b>Tabel 4.10</b> Uji Reliabilitas .....	54
<b>Tabel 4.11</b> Uji Normalitas .....	55
<b>Tabel 4.12</b> Uji Multikolinearitas .....	56
<b>Tabel 4.13</b> Uji Autokorelasi Durbin Watson .....	56
<b>Tabel 4.14</b> Runs Test .....	57
<b>Tabel 4.15</b> Uji Heteroskedastisitas Glejser .....	58
<b>Tabel 4.16</b> Analisis Regresi Berganda .....	59
<b>Tabel 4.17</b> Uji t Variabel Kualitas Produk .....	60
<b>Tabel 4.18</b> Uji t Variabel Kualitas Pelayanan .....	61
<b>Tabel 4.19</b> Uji F .....	62
<b>Tabel 4.20</b> Koefisien Determinasi ( <i>adjusted R square</i> ) .....	63

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Mengikuti zaman globalisasi besarnya perkembangan dan perubahan yang berlangsung didunia bisnis modern. Mengenai perubahan yang berjalan ditandai bersama cara berpikir masyarakat yang maju, perkembangan teknologi, dan gaya hidup yang tak terlepas dari dampak globalisasi. Serta adanya perkembangan dan perubahan terbilang secara tak serta-merta meminta kita untuk bisa mengimbangnya di kegiatan sehari-hari. Dampak dari perubahan zaman ialah banyaknya muncul produk barang dan jasa yang mempromosikan beragam keunggulan dan keistimewaan pada tiap-tiap produk dan jasa tersebut. Hal ini menyebabkan konsumen memiliki banyak opsi ketika memakai produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh pembuat.<sup>1</sup>

Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, peran kualitas produk menjadi semakin berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan dalam mencari konsumennya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju dituntut untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisiensi. Dimana kegiatan yang efisiensi harus dapat memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan.<sup>2</sup> Kegiatan efisiensi sangat berpengaruh untuk menekan biaya, yang bertujuan agar konsumen mampu menjangkau harga dari produk dan jasa yang dihasilkan tersebut. Konsumen merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh dalam membentuk berjalannya sebuah perusahaan yang maju. Selain daripada itu konsumen juga berperan penting dalam menjalankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Linda Puspitasari, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanzggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwokerto)' (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2016), h. 1.

<sup>2</sup> Halida Utami, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Dagang Ria Catering Pekanbaru' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013), h. 1.

<sup>3</sup> Utami, h. 1.

Semakin banyak produk yang dipasarkan akan menjalin konsumen semakin kritis dalam membandingkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sama industri atas barang yang dipasarkannya, karena kualitas produk dan pelayanan merupakan keunggulan yang akan memenuhi harapan pelanggan, sedangkan pada masa sekarang ini, disamping kualitas produk, kualitas pelayanan juga semakin menjadi perhatian konsumen.<sup>4</sup> Pemuasan keperluan dan harapan konsumen benar-benar ditentukan oleh tingkat kebutuhan ataupun kesenangan pelanggan.<sup>5</sup>

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk kinerja/*performance*, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan juga *perceived quality*/kesan produk. Produk dengan kualitas yang bagus dan terpercaya akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk tersebut. Meskipun mempunyai kualitas produk yang baik, hal tersebut belum tentu membuat konsumen puas. Kepuasan konsumen juga bergantung pada kualitas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas layanan adalah setiap tindakan/kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, biasanya tidak berwujud.<sup>6</sup>

Sekarang ini banyak organisasi befokus pada kepuasan tinggi karena jika para konsumen yang hanya merasa puas, maka mereka mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukur untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek, bukan hanya preferensi rasional.

---

<sup>4</sup> Melyani, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Distriversa Buana Studi Kasus Pada Pemakai Balsem Cap Macan Di Jakarta', *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16.2 (2016), h. 1.

<sup>5</sup> Suci Wulan Sari, 'Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di NDalem Ngabean Resto', *Universitas Negeri Yogyakarta* (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), h. 1.

<sup>6</sup> Monica Maria and Mohamad Yusak Anshori, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6.1 (2013), h. 1.

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu Teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen.<sup>7</sup>

Faktor penting lainnya yang mendorong kepuasan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena kepuasan dan loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang baik (Qin dan Prybutok). Pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing. Karena konsumen merupakan target utama dalam menjual produk dan sangat mempengaruhi hidup perusahaan.<sup>8</sup>

Definisi kepuasan pelanggan ialah “keadaan psikologis konsumen yang sadar telah dijunjung sama atau tidak sama dengan dedikasi yang sudah dijalankan”. Pengertian di atas dapat disimpulkan sebenarnya kepuasan konsumen mempunyai kontribusi yang benar-benar berpengaruh. Jikalau keinginan konsumen tidak cocok dengan yang didapat, maka hendak muncul kekecewaan yang mengakibatkan pandangan negatif pada label sekalipun produsen, menurunnya peluang untuk memesan kembali, beralih pada merek pesaing (*brand switching*), dan adanya keluhan.<sup>9</sup>

Kepuasan pelanggan juga adalah suatu penanda permulaan atas kesuksesan bidang usaha, yang memperkirakan bagaimana jawaban konsumen bagi masa

---

<sup>7</sup> Nurfadilah, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret Di Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu’ (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016).

<sup>8</sup> Ryan Ibnu Wijayanto and Erni Widiastuti, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) Cabang Klaten’, *Surakarta Management Journal*, 3.2 (2021).

<sup>9</sup> Tanuwijaya and Anshori, h. 3.

depan bisnis perusahaan. Seraya mengamati kepuasan pelanggan, maka perusahaan tentu bisa mempertahankan eksistensi pelanggannya.<sup>10</sup>

Bermula pada pendapat untuk memudahkan pemasokan keperluan pokok harian pekerja, hingga di tahun 1988 dibangun sejenis gerai yang diberikan nama Indomaret. Seiring peningkatan operasional gerai, perusahaan terdorong untuk makin mempelajari dan mengetahui beragam keperluan dan karakter pelanggan dalam membeli. Untuk mengakomodasi misi tersebut, kurang lebih beberapa pekerja ditugaskan untuk mengawasi dan mengamati tingkah laku belanja masyarakat. Alhasil yang diperoleh ialah bahwasanya masyarakat condong memutuskan berbelanja di gerai modern berlandaskan alasan lengkapnya opsi barang yang bermutu, harga yang tentu bersaing, dan keadaan yang menyenangkan.

Bermodalkan pemahaman perihal keperluan pelanggan, keahlian mengoperasikan gerai dan perubahan sikap berbelanja rakyat ke toko yang trendi, lalu muncul kemauan besar untuk berdedikasi lebih jauh untuk nusa dan bangsa. Harapan ini dilaksanakan dengan membangun Indomaret, dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama yang mempunyai visi “sebagai jaringan ritel yang unggul” dengan slogan “mudah dan hemat”. Awalnya Indomaret membuat rencana pengelolaan toko yang bertempat diantara tempat tinggal pelanggan, menyajikan bermacam-macam keperluan primer sekalipun keperluan sehari-hari, membantu rakyat umum yang beragam, juga mempunyai besar toko kurang lebih 200 m<sup>2</sup>. Seiring berjalannya waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret segera menambahkan toko di beberapa daerah permukiman, perkantoran, niaga, darmawisata dan apartemen. Mengenai ini berlangsunglah metode penelaahan buat pelaksanaan suatu jaringan retail yang mempunyai perbandingan yang besar, cukup dengan beragam pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

---

<sup>10</sup> Suyono and others, ‘Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di McDonald’s Pekanbaru’, *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5.1 (2020), h. 71.

Setelah berbekal pemahaman dan pengetahuan menjalankan jaringan ritel berskala besar, Manajemen bersepakat akan membuat Indomaret seperti sebuah aset nasional. Perihal ini tidak terbebas dari kebenaran bahwasanya segala pemahaman dan pengoperasian perusahaan diatasi seutuhnya oleh putra putri Indonesia. Sebagai aset nasional, Indomaret hendak berbagi pada rakyat Indonesia lewat bidang usaha *franchise* dan serta bisa bersaing di persaingan global. Untuk karena itu, visi perusahaan akhirnya berkembang “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”.<sup>11</sup>

Di kelurahan Teling Atas sudah banyak berdiri ritel modern salah satunya Indomaret. Dari sini dan berdasarkan identifikasi masalah jadi ingin meneliti salah Indomaret Teling Atas, Jalan 14 Februari 14, Manado. Sebelum didirikan Indomaret para masyarakat biasanya setiap ingin berbelanja kebutuhan rumah tangga dalam jumlah besar maupun kecil, mereka biasanya memilih untuk pergi ke Pasar atau Warung terdekat untuk berbelanja kebutuhan tersebut. Namun setelah didirikannya Indomaret Teling Atas yang dekat dengan pemukiman warga, jadi masyarakat sudah tidak terlalu pusing kalau mereka ingin membeli produk tertentu namun tidak terdapat pada Warung kecil maka mereka bisa saja langsung beralih ke Indomaret Teling Atas.

Penelitian yang dilakukan oleh Annisa dan Aswand Hasoloan dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret.<sup>12</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayan dan juga produk terhadap kepuasan pelanggan di Indomaret Kawasan Industri Modern (KIM). Riset ini memakai pendekatan sosiatif. Populasi pada riset ini ialah 50 orang pelanggan Indomaret Kawasan Industri Modern (KIM), dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu 33 orang pelanggan Indomaret Kawasan Industri Modern (KIM). Dan yang kedua,

---

<sup>11</sup> ‘Sejarah & Filosofi Perusahaan’, *Indomaret*, 2022 <<https://www.indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi>> [accessed 26 August 2022].

<sup>12</sup> Annisa and Aswand Hasoloan, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret’, *Jurnal Bisnis Corporate*, 6.1 (2021).

penelitian yang dilakukan oleh Suci Sofiah, Andi Surya Rahmana, dan Zeiny Triana dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.<sup>13</sup> Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan.

Setelah melakukan observasi langsung ke Indomaret Jl. 14 Februari 14, Teling Atas Lingkungan 1, mendapati toko ini cukup ramai di malam hari dikunjungi oleh pelanggan. Setelah melakukan wawancara dengan satu pelanggan Indomaret Indriyati Masili, beliau menjelaskan bahwa beliau sering berbelanja kebutuhannya di Indomaret tersebut. Hal ini mendorong untuk meneliti jika kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Diketahui bahwa saat ini masih terdapat keluhan-keluhan customer, terutama terkait dengan kualitas produk, yaitu terkadang karyawan lupa mengecek *expired* barang yang ada di etalase/pajangan sehingga ada customer yang sadar akan hal tersebut dan melakukan komplain terhadap karyawan, dan kualitas pelayanan yang ada pada Indomaret, antara lain; karyawan tidak ramah kepada customer, karyawan tidak selalu mengucapkan selamat datang pada customer yang datang, dan juga tidak mengucapkan terima kasih pada customer yang meninggalkan Indomaret.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut maka terdorong buat melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas

---

<sup>13</sup> Suci Sofiah, Andi Surya Rahmana, and Zeiny Triana, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan’, *HUMANIS (Humanities, Management, and Science Proceedings)*, 1.2 (2021).

Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado”.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berlandaskan pada latar belakang masalah bahwa dapat diidentifikasi persoalan yang timbul pada penelitian ini, ialah sebagai berikut :

1. Karyawan lupa mengecek *expired* barang yang ada di etalase/pajangan.
2. Karyawan tidak ramah kepada customer, karyawan tidak selalu mengucapkan selamat datang pada customer yang datang, dan juga tidak mengucapkan terima kasih pada customer yang selesai berbelanja dan meninggalkan Indomaret.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas, jelaslah kompleks permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini tidak membahas semua permasalahan di atas, sehingga perlu adanya batasan masalah. Penelitian ini akan difokuskan pada kadaluarsa produk yang dijual pelaksanaan SOP dan pelayanan terhadap konsumen di toko Indomaret Teling Atas Manado.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini ada 3 tujuan, yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian yang didapat dari hasil penelitian ini, yaitu :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis sebagai sumber bacaan atau dijadikan referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini, serta dapat menambah sumber pustaka yang telah ada.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Toko Indomaret : Bisa mengerti penyebab yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Penulis : Dengan dilakukannya penelitian ini maka penulis mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan terutama mengenai dalam bidang jasa pelayanan.
- c. Bagi Peneliti selanjutnya : Dapat dijadikan bahan referensi maupun pembandingan dalam penelitian yang sejenis.

#### **G. Definisi Operasional**

Untuk memahami uraian penulis dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Teling Atas Manado”, maka penulis terlebih dahulu menjelaskan beberapa hal yang dianggap memiliki peranan penting dalam membangun teori konsep tersebut, yaitu :

## 1. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk ialah kekuatan sebuah produk saat memperlihatkan kegunaannya, perihal ini terbilang keutuhan daya tahan, kehandalan, akurasi, keringanan pengoperasian, dan perbaikan produk serta karakter produk lainnya.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini Kualitas Produk merupakan variabel bebas (*independent variable*), ialah variabel yang menjadi penyebab ataupun memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain.<sup>15</sup>

Menurut Tjiptono, indikator kualitas produk meliputi :

- a. Kinerja (*Performance*), adalah karakter aktivitas pokok dari produk inti (*Core Product*) yang dipesan.
- b. Keunikan Tambahan (*Features*), ialah karakter sekunder maupun pelengkap.
- c. Kehebatan (*Reliability*), adalah kesempatan yang minim akan mendapati kehancuran ataupun urung dimanfaatkan.
- d. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance with Specifications*), ialah sejauh mana karakteristik rancangan dan operasi yang mencukupi tolak ukur yang telah ditentukan lebih dahulu.
- e. Daya Tahan (*Durability*), adalah berhubungan dengan berapa rentang waktu produk itu bisa dikonsumsi.
- f. Estetika (*Aesthetic*), ialah daya tarik barang terhadap panca indera.<sup>16</sup>

## 2. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam mencukupi keperluan serta kemauan konsumen dan akurasi penjelasan dalam menyeimbangkan

---

<sup>14</sup> Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, and Agus Supandi Soegoto, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6.3 (2018), h. 1659.

<sup>15</sup> Hardani and others, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. by Husnu Abadi (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), h. 305.

<sup>16</sup> 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen' <[http://repository.unpas.ac.id/14592/4/08\\_bab\\_II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/14592/4/08_bab_II.pdf)> [accessed 26 August 2022].

harapan konsumen.<sup>17</sup> Dalam penelitian ini Kualitas Pelayanan merupakan variabel bebas (*independent variable*), ialah variabel yang menjadi penyebab ataupun memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain.

Menurut Zaenal Mukarom & Muhibudin mengajukan lima indikator pelayanan, yaitu :

- a. *Reliability* yang dikenali dengan bantuan pelayanan yang pas dan akurat.
- b. *Tangibles* yang diketahui dengan penyiapan yang sesuai dengan sumber daya lainnya.
- c. *Responsiveness* yang dikenali dengan harapan melayani pelanggan dengan gesit.
- d. *Assurance* yang diketahui dengan taraf kepedulian akan etiket dan adab dalam memberikan pelayanan.
- e. *Emphaty* yang dikenali dengan tahap keinginan untuk memahami kemauan dan keperluan pelanggan.<sup>18</sup>

### 3. Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen adalah hal yang penting, karena jika konsumen merasakan puas karena jasa ataupun barang itu, maka kondisi barang ataupun pelayanan itu akan apik di pasaran.<sup>19</sup> Dalam penelitian ini Kepuasan

---

<sup>17</sup> Malik Ibrahim and Sitti Marijam Thawil, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4.1 (2019), h. 177.

<sup>18</sup> Aria Mulyapradana, Ary Dwi Anjarini, and Harnoto, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tempo Cabang Tegal', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3.1 (2020), h. 28.

<sup>19</sup> Ria Setyawati, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19.1 (2023).

Konsumen merupakan variabel Dependen (terikat), yaitu variabel yang terpengaruh ataupun sebagai dampak, akibat adanya variabel bebas.<sup>20</sup>

Menurut Saidani dan Arifin (2013) menjelaskan bahwa terdapat tiga hal yang bisa diterapkan untuk menakar kepuasan pelanggan, adalah :

- a. *Satisfaction related to product*, berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.
- b. *Satisfaction related to service*, kesenangan konsumen terkait dengan adanya karakter mengenai pelayanan seumpama atas jaminan yang disepakati, cara pemuasan pelayanan ataupun pengiriman, dan prosedur penanganan persoalan yang dikasih.
- c. *Satisfaction related to purchase*, kepuasan konsumen terkait dengan adanya hal-hal yang terjadi pada saat konsumen melakukan pembelian.<sup>21</sup>

## H. Penelitian Terdahulu

1. Engelina Ester Suawa, Joyce S.L.H. Lopian, Yunita Mandagie. Yang berjudul “Analisis Komparasi Kualitas Pelayanan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado”.<sup>22</sup> Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk mengetahui perbedaan antara bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan dan jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado yang bertujuan untuk melihat perbedaan dari variabel yang akan diuji dengan menggunakan analisis uji beda. Hasil penellitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara bukti fisik, empati, daya tanggap, keandalan, dan jaminan di Indomaret dan Alfamart Teling Atas Kota Manado, Indomaret Teling Atas Kota Manado perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh perusahaan agar pelanggan merasa nyaman dan terus

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. by Sutopo (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 69.

<sup>21</sup> Edwin Prayogo and Tandy Pranata Oei, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di The Carpentier Surabaya’, h. 604.

<sup>22</sup> Engelina Ester Suawa, Joyce. S.L.H Lopian, and Yunita Mandagie, ‘Analisis Komparasi Kualitas Pelayanan Di Indomaret Dan Alfamart Teling Atas Kota Manado’, *Jurnal EMBA*, 9.3 (2021).

melakukan pembelian. Indomaret Teling Atas Kota Manado sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan terletak pada meriset kualitas pelayanan dan perbedaannya terletak pada tempat, penelitian ini di Indomaret dan Alfamart sedangkan skripsi ini hanya Indomaret saja.

2. Jonathan J.J Mentang, Imelda W.J Ogi, Reitty L. Samadi. Yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Marina Hash In Manado di Masa Pandemi Covid-19”.<sup>23</sup> Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap konsumen pada rumah makan Marina Hash In Manado dimasa pandemic covid-19. Hasil penelitian ini didapati bahwasanya kualitas produk berpengaruh jelas penting terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Meningkatkan dan tetap menjaga kualitas produk disaat mulai bermunculan pesaing baru sejenis sehingga dapat menyakinkan dan memberikan bukti bahwa persepsi pelanggan sesuai yang diharapkan. Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan terletak pada persamaan meneliti mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, perbedaan penelitian ini di tempat meneliti dan di saat Pandemi Covid-19, sedangkan skripsi ini tidak di saat pandemi covid-19.
3. Iis Maulidah, Joko Widodo, Mukhamad Zulianto. Berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember”.<sup>24</sup> Dari hasil penelitian ini

---

<sup>23</sup> Jonathan J.J Mentang, Imelda W.J Ogi, and Reitty L. Samadi, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19’, *Jurnal*, 9.4 (2021).

<sup>24</sup> Iis Maulidah, Joko Widodo, and Mukhamad Zulianto, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember’, *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13.1 (2019).

dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini ialah untuk mendapati pengaruh signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember dan untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan pada kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. Hasilnya penelitian menyatakan bahwasanya kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh penting atas kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sebesar 79,9% sementara itu 20,1% dipengaruhi aspek lainnya yang tidak diteliti. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang besar pada kepuasan konsumen di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember sebesar 40,7%. Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan terletak pada persamaan meneliti mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, perbedaan penelitian ini pada tempat meneliti.

4. Rosa Lesmana. Yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa”.<sup>25</sup> Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitiannya ini bertujuan untuk mendapati pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Radekatama Piranti Nusa. Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan peneliti terletak pada persamaan meneliti mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, bedanya penelitian ini di tempat meneliti.
5. Freekley Steyfli Maramis, Jantje L. Sepang, Agus Supandi Soegoto. Yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado”.<sup>26</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan

---

<sup>25</sup> Rosa Lesmana and Ratnasari, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa’, *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2.2 (2019).

<sup>26</sup> Maramis, Sepang, and Soegoto.

terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado (2) kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado; (3) harga terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado; dan (4) kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado. Metode yang dipakai analisis regresi linier berganda, Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang.

### I. Hipotesis

Hipotesis adalah tanggapan sementara akan rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian pernah dijelaskan pada berupa pertanyaan. Diucapkan sementara, lantaran balasan yang dikasih dilandaskan atas teori yang sesuai, belum dilandaskan pada fakta-fakta empiris yang didapat melalui pengumpulan data. Hipotesis pun bisa dijelaskan selaku jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>27</sup>

Terdapat 2 macam hipotesis yang dibuat dalam suatu percobaan penelitian, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis *alternative* ( $H_a$ ). Adapun hipotesis dari penelitian ini, yaitu :

$H_{01}$  : Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

$H_{a1}$  : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

$H_{02}$  : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

---

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. by Sutopo (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 99.

Ha<sub>02</sub> : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

H<sub>03</sub> : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

Ha<sub>3</sub> : Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Kualitas Produk

#### 1. Pengertian Kualitas Produk

Produk adalah titik tengah pada aktivitas penjualan lantaran produk ialah buatan dari satu perusahaan yang bisa ditawarkan ke pasaran buat dikonsumsi dan yakni syarat satu perusahaan untuk menggapai tujuan pada perusahaannya. Suatu produk harus mempunyai kelebihan daripada produk-produk yang lainnya baik pada aspek kualitas, rancangan, rupa, skala, bungkus, jasa, jaminan, dan rasanya supaya mampu menarik atensi pelanggan buat menyetujui dan membayar produk itu.

Menurut Kotler & Armstrong, definisi produk ialah segala sesuatu yang bisa diusulkan ke pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan ataupun dikonsumsi yang bisa memenuhi keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual, produk ialah pemahaman subjektif produsen terhadap sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan fungsi konsumen sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk juga dapat diartikan sebagai persepsi konsumen yang digambarkan produsen melalui hasil produksinya. Konsumen menganggap produk penting dan menjadikan dasar mengambil ketentuan untuk membeli.<sup>28</sup>

Kualitas produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “*Total Quality Manajemen (TQM)*”.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), h. 26.

<sup>29</sup> Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*, ed. by Hamzah Upu (Makassar: Global Research And Consulting Institute, 2017), h. 37.

Kualitas adalah kombinasi antara sifat dan karakteristik yang menentukan seberapa besar produk dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, atau mengevaluasi sejauh mana sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Pembeli membeli produk ketika dirasa tepat, oleh karena itu agar pemasaran produk berhasil, produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli. Semakin baik produk yang ditawarkan produsen kepada konsumen, semakin banyak konsumen akan membuat keputusan pembelian.<sup>30</sup>

Kualitas adalah keutuhan ciri-ciri dan sifat dari satu produk maupun jasa yang bergantung pada keunggulannya untuk dapat memuaskan keperluan yang diharapkan pelanggan. Kualitas dapat terpenuhi Ketika perusahaan dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang menawarkan kualitas akan menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan.<sup>31</sup>

## **2. Dimensi Kualitas Produk**

David Garvin, professor administrasi bisnis pada Harvard University telah mengidentifikasi 8 (delapan) dimensi yang berbeda, yakni:<sup>32</sup>

### **a. Dimensi Performance (Kinerja)**

Dimensi ini menyangkut karakteristik fungsi produk, sejauh mana produk dapat berfungsi sesuai fungsi utama produk tersebut, misalnya jam tangan memiliki fungsi tangan penunjuk waktu.

---

<sup>30</sup> Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Triana Fitriastuti Kiswanto (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), h. 23.

<sup>31</sup> Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji, and Sunarti, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37.1 (2016).

<sup>32</sup> Rahmawati, h. 23.

b. Dimensi *Features*

Dimensi ini yang menyangkut karakteristik pelengkap, berisi kelengkapan fitur-fitur tambahan. Selain mempunyai manfaat utama, kebanyakan suatu produk pun dilengkapi manfaat lainnya yang bersifat komplemen, misalnya handphone dengan manfaat utama sebagai alat komunikasi, tapi dilengkapi juga dengan kamera, game, peta dan lain-lain.

c. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Dimensi ini menyangkut kemungkinan tingkat kegagalan pemakaian.

d. Dimensi *Conformance* (Kesesuaian)

Dimensi ini melihat kualitas produk dari sisi kesesuaian antara bentuk, ukuran, warna, berat, dan bahkan sistem pengoperasian dengan standar atau keinginan tertentu.

e. Dimensi Daya Tahan (*Durability*)

Dimensi ini berhubungan sama daya tahan produk jika terus dikonsumsi selama jangka waktu tertentu.

f. Dimensi *Serviceability*

Dimensi ini melihat kualitas dari kemudahan pengoperasian produk, perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti. Dimensi ini terkait sejauh mana produk dapat dilakukan perawatan oleh penggunanya.

g. Dimensi Estetika

Dimensi ini melihat kualitas suatu barang dari penampilan, motif, rasanya, daya pikat, aroma, minat dan segi lain sebagai faktor utama pada kualitas. Dimensi ini menyangkut keindahan, keserasian, kesesuaian yang memberikan daya tarik tersendiri kepada konsumen.

#### h. Dimensi *Perceived*, Citra dan Reputasi Produk

Dimensi ini terkait kualitas dari persepsi konsumen. Dimensi ini berpacu kepada kualitas sebagai bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan.<sup>33</sup>

### **B. Kualitas Pelayanan**

#### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas pelayanan ialah tingkat seberapa bagusnya pelayanan yang mampu diberikan untuk menginterpretasikan ekspektasi pelanggan. Pelayanan (customer service) pada hakekatnya adalah setiap kegiatan yang melayani atau harus melayani kepuasan pelanggan dan melalui dimana keinginan dan kebutuhan pelanggan bisa terpenuhi. Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan orang lain, sedangkan pelayanan ialah membantu menyiapkan (membantu apa yang dibutuhkan seseorang). Pada dasarnya, pelayanan adalah sekumpulan aktivitas yang membentuk suatu proses. Suatu proses pelayanan yang rutin dan berkesinambungan, termasuk seluruh kehidupan manusia dalam masyarakat, proses terpenuhinya kebutuhan melalui tindakan orang lain.<sup>34</sup>

Pelayanan diartikan seperti kegiatan, fungsi kepuasan dari sesuatu yang diusulkan dalam pemasaran. Idealnya sebuah perusahaan sudah tidak lagi memikirkan hitung-hitungan untuk sebuah kepuasan konsumen. Pelayanan yang bagus akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada perusahaan yang sama. Kualitas layanan ialah fase kelebihan yang diharapkan

---

<sup>33</sup> Basrah Saidani and Samsul Arifin, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market', *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3.1 (2012), h. 5.

<sup>34</sup> Taupik Ismail and Ramayani Yusuf, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021).

dan pengendalian atas tingkat kelebihan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>35</sup>

Kualitas layanan ialah kondisi dinamis yang terkait erat dengan produk, layanan, sumber daya manusia, proses dan lingkungan dan sedikitnya bisa mencukupi atau bahkan melampaui kualitas layanan yang diharapkan. Pengertian kualitas layanan ini ialah cara memenuhi keperluan yang meliputi keinginan konsumen dan cara penyampaian yang tepat agar bisa memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan, dinyatakan bahwasanya *service quality* ataupun kualitas layanan ialah memenuhi kebutuhan dan keperluan konsumen dan juga akurasi penyampaiannya biar bisa mengimbangi keinginan konsumen.<sup>36</sup>

Islam membimbing kita apabila hendak membagikan hasil usaha yang baik seperti barang ataupun layanan jasa sepatutnya memberikan pelayanan yang bertaraf kepada orang lain jangan berikan yang tidak bertaraf.

Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا  
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Terjemahannya : “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (Q.S. Al-Baqarah ayat 267).

## 2. Karakteristik Pelayanan

Karakteristik pelayanan yang harus diikuti, ialah :

- a. Akses, ialah pelayanan itu perlu mencapai ke seluruh area dan juga tempo secara akurat.

<sup>35</sup> Deddy Setiawan, Sri Suryoko, and Sari Listyorini, ‘Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Pandanaran Semarang’, *Diponegoro Journal Of Social and Political Science*, 2014, h. 4.

<sup>36</sup> Indrasari, h. 61.

- b. Komunikasi, ialah bahwasanya didalam pemberian pelayanan harus dilangsungkan komunikasi yang efektif, efisien, jelas dan tepat.
- c. Kompetensi, ialah terpaut dengan pekerja atau tenaga kerja yang mempunyai kemahiran dan keterampilan juga pengetahuan yang dibutuhkan berdasarkan pelayanan yang dikasih.
- d. Kesopanan, ialah bahwasanya karyawan sepatutnya santun, cekatan dan santai tuk membagikan pelayanan yang menyenangkan.<sup>37</sup>
- e. Kredibilitas, ialah perusahaan dan karyawan yang bisa diyakini dan mendapat tempat di hati konsumen.
- f. Keandalan, ialah bahwasanya pelayanan yang diberikan secara konstan dan akurat.
- g. Responsif, ialah sehubungan dengan pelayanan dan reaksi cepat dan kreatif karyawan pada permintaan konsumen atau masalah yang dihadapi konsumen.
- h. Keamanan, ialah pelayanan yang dikasih mesti bebas dari resiko, ancaman dan kecemasana juga kerugian.
- i. Nyata, ialah pelayanan tersebut mesti dapat direpresentasikan pada wujud yang betul-betul merepresentasikan kualitas pelayanan.
- j. Memahami konsumen, ialah karyawan benar-benar berusaha tuk mengerti keperluan pelanggan dan memperhatikannya secara individu.<sup>38</sup>

### **3. Karakteristik Pelayanan Jasa**

Ada beberapa karakteristik jasa, ialah :

---

<sup>37</sup> Indrasari, h. 62.

<sup>38</sup> Indrasari, h. 63.

- a. *Intangibility* (tak berbentuk) beda daripada produk fisik, jasa tak bisa dipandang, dirasakan, dipegang, didengarkan, ataupun diendus sebelum dibeli.
- b. *Inseparability* (ketakterpisahan) biasanya, jasa diproduksi dan digunakan pada waktu yang sama. Ini tidak berlaku untuk barang fisik yang diproduksi, disisihkan sebagai *stock*, disalurkan melalui banyak pemasok, dan kemudian dikonsumsi. Ketika seseorang memberikan layanan, penyedia layanan adalah bagian dari layanan itu. Karena pelanggan juga hadir selama pemberian jasa, interaksi yang menghasilkan jasa ialah karakteristik dari pemasaran jasa.
- c. *Variability* (beraneka ragam) lantaran bergantung atas siapa yang memberikannya juga kapan dan dimana dibagikan, pelayanan amat beragam.
- d. *Persihability* (tidak awet) jasa yang tidak bisa disimpan. Ciri jasa yang gampang rusak tak akan jadi masalah asalkan permintaan selalu berjalan mulus.<sup>39</sup>

#### 4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Keandalan (*reliability*), ialah kapabilitas perusahaan didalam memberi layanan sama dengan yang disepakati dan hasil yang menjanjikan.
- b. Responsif (*responsiveness*), ialah satu kebijakan dalam menolong dan memberikan layanan pada pelanggan dengan cepat dan tepat untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka serta menginformasikan kepada mereka.

---

<sup>39</sup> Indrasari, h. 67.

- c. Jaminan (*assurance*), ialah kapabilitas, sopan santun dan karakter karyawan perusahaan, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tanpa bahaya, resiko atau ragu-ragu.
- d. Empati (*emphaty*), ialah memberi atensi yang ikhlas dan bersifat individual yang diberikan pada para konsumen dengan upaya mengerti keperluan para pelanggan.
- e. Berwujud (*tangibles*), ialah kapabilitas satu perusahaan didalam mengunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.<sup>40</sup>

## 5. Etika Dalam Pelayanan

Etika didalam agama Islam mempunyai dua pemahaman, ialah yang pertama etika sebagaimana kebajikan, mengandung nilai dan asas-asas yang konkret yang dijadikan panduan dan keyakinan hidup manusia dan seluruh kehidupan.

Etika pun bisa diartikan seperti rangkaian perbuatan berdasarkan adat buaya yang berkiblat pada perilaku benar dan salah. Sebagai penyalur jasa masyarakat, masyarakat butuh layanan dan perhatian yang baik bagi masyarakat melalui sikap ramah dan sopan santun para pekerja. Sementara itu etika artinya kesopanan, ialah sikap jiwa raga, prinsip hidup, pandangan moral dan juga bisikan hati nurani.

Mengenai ketetapan yang dibuat didalam etika pada umumnya diantaranya tindakan dan perilaku, penampakan, cara berdandan, cara bercakap, gerak-gerik, cara menanya. Halnya sikap dan perilaku terpuji (*mahmudah*), diantaranya berlaku jujur (*al-amanah*), memelihara diri (*al-iffah*), perlakuan baik (*ihsan*), kebenaran (*adl*), keberanian (*syaja'ah*), dan malu (*haya'*). Ketetapan yang diatur didalam etika secara umum ialah sebagai berikut :

---

<sup>40</sup> Suyono and others, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di McDonald's Pekanbaru', *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5.1 (2020), h. 72.

a. Sikap dan Perilaku

Sikap dan perilaku ialah bagian kepentingan didalam etika pelayanan. Didalam prakteknya perilaku dan mesti membuktikan karakter seseorang dengan citra perusahaan.

b. Penampilan

Definisi penampilan secara keseluruhan dimulai dari pakaian, berbicara, gerak tubuh, perbuatan dan tingkah laku.

c. Cara Berpakaian

Disini petugas harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian nejis dan tidak kumal. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang diharapkan.

d. Cara Berbicara

Cara berbicara ialah berkomunikasi dengan pelanggan. Hal ini penting dikarenakan pekerja langsung berbicara dengan apa yang diinginkan konsumen, berbicara harus terus terang, ringkas dan tidak berbelit-belit.

e. Gerak-gerak

Gerak-gerak adalah ekspresi wajah, pandangan, gerakan tangan, anggota tubuh atau badan atau kaki.<sup>41</sup>

## C. Kepuasan Konsumen

### 1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen ialah perasaan bahagia ataupun kekecewaan seseorang yang timbul sesudah membandingkan kemampuan suatu barang yang dipertimbangkan pada kinerja (hasil) yang dinantikan. Apabila kemampuan di bawah harapan, konsumen tidak akan puas. Apabila

---

<sup>41</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), h. 59.

kemampuan melampaui harapan, konsumen puas. Apabila kemampuan semakin melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas.<sup>42</sup>

Kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan pelanggan sesudah membandingkan apa yang diterimanya dengan harapannya. Ketika seorang pelanggan puas dengan nilai suatu produk atau layanan, ada kemungkinan besar mereka akan tetap menjadi langganan untuk waktu yang lama. Memuaskan kebutuhan konsumen ialah keinginan setiap perusahaan. Memuaskan kebutuhan konsumen tidak hanya menjadi faktor penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, tetapi juga bisa menaikkan keunggulannya didalam persaingan. Konsumen yang puas dengan produk dan layanan cenderung membeli produk dan menggunakannya lagi di masa mendatang. Ini berarti kepuasan konsumen adalah pendorong utama dalam melakukan pembelian berulang, yang merupakan mayoritas *volume* penjualan perusahaan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, kepuasan konsumen lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada konsumen, maka kepuasan konsumen adalah guna daripada harapan konsumen akan produk dan jasa dengan kinerja yang dirasa.<sup>43</sup>

## 2. Dimensi Kepuasan Konsumen

Dimensi pengukuran kepuasan menurut Pasuraman dan Zeithaml dalam melayani konsumen adalah :

---

<sup>42</sup> Tommy Setiawan Ruslim and Mukti Rahardjo, 'Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2.1 (2016), h. 54.

<sup>43</sup> Iendy Zelvian Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021), h. 41.

- a. *Responsiveness* (daya tanggap), ialah kemampuan membantu konsumen dan kesiapan untuk membantu konsumen dengan baik.
- b. *Reliability* (kehandalan), ialah kemampuan tuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan.
- c. *Emphaty* (empati), ialah rasa peduli tuk memberi secara individual pada konsumen, mengerti keperluan konsumen, beserta pengetahuan untuk dihubungi.
- d. *Asurance* (jaminan), ialah pengetahuan, kesopanan, dan keandalan karyawan untuk memastikan bahwa pelanggan bebas risiko.
- e. *Tangibles* (berwujud), mencakup fasilitas fisik, peralatan pegawai, dan sarana komunikasi.<sup>44</sup>

### 3. Aspek-aspek Kepuasan Konsumen

Aspek-aspek yang bisa memengaruhi kepuasan konsumen dengan cara efisien ialah :

- a. Biaya Garansi. Beberapa perusahaan menindak biaya garansi produk atau layanan mereka dengan persentase penjualan. Kegagalan suatu perusahaan untuk membuat pelanggannya senang biasanya karena perusahaan tidak menjamin produk yang dijualnya kepada pelanggannya.
- b. Menangani Keluhan Pelanggan. Secara statistik ini penting, tetapi sering terlambat bagi perusahaan tuk menyadarinya. Jika keluhan/klaim konsumen tidak diselesaikan dengan cepat, maka *customer defections* tidak bisa ditahan.
- c. Pangsa Pasar. Sesuatu yang harus diukur dan dikaitkan dengan kinerja perusahaan. Disaat mengukur *market share*, jadi yang diukur itu ialah kuantitas, bukan kualitas layanan perusahaan.

---

<sup>44</sup> Eswika Nilasari and Istiatin, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo', *Jurnal Paradigma*, 13.01 (2015), h. 4.

- d. *Costs of Poor Quality*. Dalam hal ini bernilai memuaskan jika anggarannya untuk *defecting customer* bisa diperhitungkan.
- e. *Industry Reports*. Banyak macam dari *industry reports*, sebagaimana yang disampaikan oleh J.D Power dalam Bhoté, ialah *report* yang *fairest, most accurate*, dan *most eagerly* yang dibuat oleh perusahaan.
- f. Guiltinan mengemukakan bahwasanya salah satu fungsi dari kepuasan konsumen ini ialah bisa meningkatkan kesetiaan konsumen.<sup>45</sup>

#### 4. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen

Menentukan tingkat kepuasan pelanggan, ada lima faktor yang harus diikuti oleh perusahaan, ialah :

- a. Kualitas Produk  
Konsumen akan puas ketika hasil *review* mereka menunjukkan bahwasanya produk yang mereka pakai itu berkualitas tinggi.
- b. Kualitas Pelayanan  
Konsumen hendak merasa puas ketika mereka menerima pelayanan yang baik atau yang bisa memenuhi harapan mereka.
- c. Emosional  
Konsumen merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwasanya orang lain akan merasa kagum ketika memakai produk merek tertentu yang cenderung membuat lebih merasa puas. Kepuasan bukan berasal dari kualitas produk, melainkan dari nilai-nilai sosial yang membuat konsumen puas dengan merek tertentu.
- d. Harga

---

<sup>45</sup> Indrasari, h. 85.

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk dan atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.<sup>46</sup>

## 5. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari :

- a. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tak dinilai secara refleksi tapi menyimpulkan berdasarkan kesamaan atau ketidaksamaan antara harapan konsumen dan cara kerja perusahaan yang sebenarnya.
- b. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan konsumen diperkirakan dengan menanyakan apakah konsumen ingin membeli atau memakai kembali layanan perusahaan.
- c. Kerelaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Ngatmo and Tri Bodroastuti, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang', *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 2012, h. 9.

<sup>47</sup> Veronika Masili, Bode Lumanauw, and Maria V.J Tielung, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa SEA Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa', *Jurnal EMBA*, 10.4 (2022), h. 46.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini bertempat di Indomaret Jl. 14 Februari 14, Kelurahan Teling Atas, Lingkungan 1, Kecamatan Wanea, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Waktu penelitian ini dilakukan selama 2 bulan pada bulan Maret-April 2023.

##### **B. Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian yang digunakan yaitu dengan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan 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.<sup>48</sup> Dalam lingkup yang lebih sempit, penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data analisis data dan penampilan data.<sup>49</sup>

Penelitian kuantitatif pada umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara *random*, sehingga hasil kesimpulan penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut diambil.<sup>50</sup> Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang dimana penelitian ini mengangkat data-data mengenai hal-hal yang diteliti.

##### **C. Populasi dan Sampel**

###### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan *element* yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan

---

<sup>48</sup> Sugiyono, h. 16.

<sup>49</sup> Hardani and others, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. by Husnu Abadi (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020), h. 238.

<sup>50</sup> Sugiyono, h. 16.

diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Tujuan diadakannya populasi ialah agar kita dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi.<sup>51</sup> Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen di Indomaret Teling Atas Manado. Dalam sehari pengunjung Indomaret Teling Atas Manado kurang lebih 350 orang. Data ini diambil dari pernyataan karyawan ketika melihat suatu rekap data pelanggan yang melakukan pembelian di Indomaret Teling Atas tiap harinya. Sehingga dapat ditentukan populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 350 orang.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian yang tidak terpisahkan dari populasi. Dan sampel dalam hal ini haruslah dapat mewakili karakteristik dari keseluruhan populasi. Di sini sampel harus benar-benar bisa mencerminkan keadaan populasi, artinya kesimpulan hasil penelitian yang diangkat dari sampel harus merupakan kesimpulan atas populasi.<sup>52</sup>

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih siapa yang kebetulan dijumpai. Dengan demikian, *accidental sampling* berdasar pada faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel (responden).<sup>53</sup> Jadi sampel dalam penelitian ini adalah orang atau konsumen yang kebetulan datang dan membeli produk dan menikmati

---

<sup>51</sup> Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Teddy Chandra (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), h. 104.

<sup>52</sup> Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang: Pascal Books, 2021), h. 160.

<sup>53</sup> Akhmad Fauzy, *Metode Sampling*, ed. by Arryta Canty, 2nd edn (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019), h. 26.

pelayanan di Indomaret Teling Atas Manado tersebut diwaktu sedang melaksanakan penelitian.

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Rumus slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Menentukan pendekatan tentang jumlah sampel yang perlu diambil untuk suatu populasi tertentu dengan memasukkan unsur kelonggaran ketidakadilan karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Metode deskriptif, minimal 10% populasi.<sup>54</sup> Nilai toleransi dinyatakan dalam persentase 10%.

$$n = N / 1 + Ne^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Jumlah populasi

e = Presentase kelonggaran ketidakadilan

Rumus untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = N / 1 + Ne^2$$

$$n = 350 / 1 + 350 (10\%)^2$$

$$n = 350 / 1 + 350 (0,01)$$

$$n = 350 / 4,5$$

$$n = 77,7 = 78$$

Jadi, sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 78 responden.

## **D. Data dan Instrumen**

### **1. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang digunakan, yaitu :

---

<sup>54</sup> Aloysius Rangga Aditya Nalendra, *Stastitika Seri Dasar Dengan SPSS* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), p. 27.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung responden penelitian menggunakan alat pengukuran berupa kuisisioner atau angket yang disebarakan kepada pengunjung Indomaret Teling Atas Lingkungan 1 sebanyak 78 responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh dari buku, jurnal, dan website yang terkait dengan penelitian ini.

## 2. Instrumen

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.<sup>55</sup> Adapun instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>56</sup> Maka jawaban tersebut akan diberikan skor pada setiap pernyataan nilai 1 sampai dengan 5, yaitu :

- a. SS (Sangat Setuju) = diberi skor 5
- b. S (Setuju) = diberi skor 4
- c. R (Ragu-ragu) = diberi skor 3
- d. TS (Tidak Setuju) = diberi skor 2
- e. STS (Sangat Tidak Setuju) = diberi skor 1

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka tidak akan mendapatkan

---

<sup>55</sup> Sugiyono, h. 156.

<sup>56</sup> Sugiyono, h. 146.

data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.<sup>57</sup> Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif.<sup>58</sup>

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data diantaranya:

1. Observasi

Observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif ataupun nonpartisipatif. Dalam observasi partisipatif (*participatory observation*) pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung, pengamat ikut sebagai peserta rapat atau peserta pelatihan. Data observasi nonpartisipatif (*nonparticipatory observation*) pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan.<sup>59</sup> Observasi yang akan dilakukan yaitu mengamati konsumen yang berbelanja di Indomaret Teling Atas.

2. Kuisisioner/Angket

Angket (*questionary*) adalah suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek, baik secara individual atau kelompok untuk mendapatkan informasi tertentu, seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku.

---

<sup>57</sup> Sugiyono, h. 296.

<sup>58</sup> Sugiyono, h. 146.

<sup>59</sup> Hardani and others, h. 124.

Secara singkat angket adalah Teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi atau data dari sumber data atau responden.<sup>60</sup> Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen yang berbelanja di Indomaret Teling Atas yang menjadi responden dalam penelitian ini.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengambil gambar secara langsung dengan responden sebagai pembuktian dalam melakukan penelitian.

## **F. Teknik Analisis Data**

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuisioner atau angket dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden/pelanggan yang sedang melakukan pembelian atau pernah melakukan pembelian di Indomaret Teling Atas Manado. Sebelum melakukan uji statistik lainnya, dalam penelitian harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu, dikarenakan jika kuisioner tidak valid dan reliabel maka akan berpengaruh disetiap uji statistik lainnya. Uji validitas dan reliabilitas akan diuji menggunakan bantuan SPSS versi 25.

### 1. Uji Validitas

---

<sup>60</sup> Syahrums and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. by Rusydi Ananda (Bandung: Citapustaka Media, 2012), h. 135.

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan tersebut pada kuisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner. Pengujian signifikansi dengan melakukan perbandingan dari hasil  $r^{\text{hitung}}$  dan hasil  $r^{\text{tabel}}$  pada *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$  ( $n$  ialah total dari sampel lewat tingkatan signifikansi 0,05), bila  $r^{\text{hitung}}$  hasilnya diatas  $r^{\text{tabel}}$  serta memiliki korelasi yang positif sehingga item pertanyaan atau pernyataan tersebut dinyatakan valid. Atau dengan kata lain pertanyaan atau pernyataan dikatakan valid jika skor item pertanyaan atau pernyataan mempunyai hubungan yang positif dan signifikansi terhadap jumlah skor variabel. Dengan demikian, pengujian terhadap validitas ini dilakukan dengan menggunakan uji Korelasi *Pearson Product Moment*. Oleh karena itu, untuk melakukan uji validitas, maka metode yang dilakukan adalah dengan mengukur korelasi, yaitu korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan keseluruhan. Tahap-tahap yang harus dilakukan untuk melakukan pengujian validitas adalah :

- a. Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Untuk menguji validitas suatu konsep, tahap awal yang harus dilakukan adalah menjabarkan konsep dalam suatu definisi operasional.
- b. Melakukan uji coba pada beberapa responden. Uji coba atau *Try Out* dapat dilakukan terhadap kurang lebih 15 sampai 30 responden.
- c. Mempersiapkan tabulasi jawaban.
- d. Menghitung nilai korelasi antara masing-masing skor butir jawaban dengan skor total dan butir jawaban. Penghitungan ini

dapat dilakukan dengan rumus Korelasi *Pearson Product Moment*.<sup>61</sup>

Alat ukur atau sebuah instrumen yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima atau standar maka alat ukur tersebut harus melalui uji validitas dan reliabilitas dari data, uji validitas menurut pendapat para ahli dapat menggunakan rumus *pearson product moment*, kemudian setelah itu diuji dengan menggunakan uji t dan setelah itu baru dilihat penafsiran dari indeks korelasinya.

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti valid demikian sebaliknya,  $r_{hitung} < r_{tabel}$  tidak valid, apabila instrumen valid, maka indeks korelasinya ( $r$ ):

0,800 – 1,000 : sangat tinggi

0,600 – 0,799 : tinggi

0,400 – 0,599 : cukup tinggi

0,200 – 0,399 : rendah

0,000 – 0,199 : sangat rendah (tidak valid).<sup>62</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil sesuatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu mengukur yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya.

Menurut Notoatmodjo reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Biasanya sebelum dilakukan uji reliabilitas data dilakukan terlebih dahulu uji validitas data. Hal ini

<sup>61</sup> Dodiet Aditya Setyawan, *Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data Menggunakan SPSS*, ResearchGate (Surakarta, 2022), h. 2.

<sup>62</sup> Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*, ed. by N. Aulia Aziz (Surabaya: Health Books Publishing, 2021), h. 12.

dikarenakan data yang akan diukur harus valid, dan baru dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Namun apabila data tidak valid maka tidak perlu dilakukan uji reliabilitas data.<sup>63</sup> Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$ .

### G. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini salah satu metode untuk menguji sebuah model atau persamaan regresi yang akan diujikan. Dengan tujuan memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan dalam analisis grafik yaitu :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola

---

<sup>63</sup> Dyah Budiastuti and Agustinus Bandur, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian, Metode Penelitian Pendidikan Matematika* (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2018), h. 210.

distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.<sup>64</sup>

Untuk menguji normalitas yaitu dengan uji statistik, penelitian ini menggunakan uji statistik nono-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S).

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hubungan antar variabel bebas akan terjadi multikolinearitas saat nilai koefisien korelasi antar variabel bebas dalam regresi linier berganda mempunyai nilai yang sangat tinggi atau sangat rendah. Nilai-nilai yang digunakan untuk menguji multikolinearitas diantaranya :

- a. Nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan ketentuan jika nilai  $VIF > 5$  maka terjadi multikolinearitas.
- b. Nilai *condition index* dengan ketentuan jika nilai *condition index*  $> 5$  maka terjadi multikolinearitas.
- c. Nilai korelasi antar variabel bebas sebesar  $\geq 0,9$  maka terjadi multikolinearitas.<sup>65</sup>

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu ada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, dalam penelitian ini menggunakan dengan cara *Run Test*. Uji *run test* sebagai bagian dari

---

<sup>64</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Universitas Diponegoro, 2018), h. 161.

<sup>65</sup> Umi Narimawati and others, *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis*, ed. by Ratih Indah Utami (Yogyakarta: ANDI, 2020), h. 107.

statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi.

- a. Jika nilai Asym. Sig (2 tailed) lebih kecil dari 0,05 ( $<0,05$ ) maka terdapat gejala autokorelasi.
- b. Jika nilai Asym. Sig (2 tailed) lebih besar dari 0,05 ( $>0,05$ ) maka tidak terdapat gejala autokorelasi.<sup>66</sup>

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidak terjadinya heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser* dilihat dari probabilitas lebih besar dari taraf sigifikansi  $< 0,5$  dan jika kurang dari taraf signifikansi  $> 0,5$  maka terjadi heteroskedastisitas.<sup>67</sup>

### H. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi liner berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>68</sup> Dalam penelitian ini analisis regresi liner berganda digunakan untuk mengetahui variabel bebas, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Analisis data dilakukan dengan memanfaatkan bantuan komputer melalui program SPSS *for windows*. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

---

<sup>66</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, ed. by Puput Cahya Ambarwati, CV. Wade Group (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016), h. 123.

<sup>67</sup> Wayan Widana and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis*, ed. by Teddy Fiktorius, *Klik Media* (Lumajang: Klik Media, 2020), h. 65.

<sup>68</sup> I Made Yuliara, *Regresi Linear Berganda* (Universitas Udayana, 2016), h. 2.

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

Dimana:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi dari Variabel X<sub>1</sub> (kualitas produk)

b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi dari Variabel X<sub>2</sub> (kualitas pelayanan)

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

e = *Error term* (variabel pengganggu).

## I. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji t (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dilihat dari taraf signifikansi, dasar pengambilan keputusannya adalah jika tingkat signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> diterima, sedangkan jika sebaliknya H<sub>a</sub> ditolak. Sedangkan jika tingkat signifikansinya < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak, jika sebaliknya H<sub>a</sub> diterima.

Jika dilihat dari membandingkan t hitung dengan t tabel, dasar pengambilan keputusannya adalah jika t hitung > t tabel maka H<sub>0</sub> ditolak, jika sebaliknya H<sub>a</sub> diterima. Sedangkan jika t hitung < t tabel maka H<sub>0</sub> diterima, jika sebaliknya H<sub>a</sub> ditolak. Hipotesis diajukan dalam penelitian ini adalah :

H<sub>01</sub> : kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Mando

H<sub>a1</sub> : kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas

H<sub>02</sub> : kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas

$H_{a2}$  : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado

$H_{03}$  : kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado

$H_{a3}$  : kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

## 2. Uji f (simultan)

Uji f adalah uji pengaruh Bersama-sama (joint) untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau joint mempengaruhi variabel dependen. Jika dilihat dari taraf signifikansi, dasar pengambilan keputusannya adalah jika tingkat signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sedangkan jika sebaliknya  $H_a$  ditolak. Sedangkan jika tingkat signifikansinya  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, jika sebaliknya  $H_a$  diterima.

Jika dilihat dari membandingkan hitung f dengan f tabel, dasar pengambilan keputusannya adalah jika f hitung  $> f$  tabel maka  $H_0$  ditolak, jika sebaliknya  $H_a$  diterima. Sedangkan jika f hitung  $< f$  tabel maka  $H_0$  diterima, jika sebaliknya  $H_a$  ditolak.

## 3. Koefisien Determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Dalam kenyataan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat bernilai negatif, walaupun dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R<sup>2</sup>* negatif, maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dianggap bernilai nol. Secara matematis :

- a. Jika nilai  $R^2 = 1$ , maka *adjusted*  $R^2 = R^2 = 1$
- b. Jika nilai  $R^2 = 0$ , maka *adjusted*  $R^2 = (1-k) (n-k)$
- c. Jika  $k > 1$ , maka *adjusted*  $R^2$  akan bernilai negatif.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Ghozali, h. 97.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah Singkat Perusahaan**

Berawal dari spekulasi untuk mempermudah logistik kebutuhan sehari-hari, pada tahun 1988 sebuah outlet bernama Indomaret didirikan, sesuai dengan fungsional toko, organisasi tertarik untuk menekuni lebih lanjut dan memahami berbagai kebutuhan perilaku pembeli dalam berbelanja. Untuk mewujudkan tujuan ini, beberapa tenaga kerja dialokasikan untuk memperhatikan dan meneliti perilaku pelanggan ketika melakukan pembelian. Orang-orang pada umumnya akan cenderung berbelanja di toko-toko modern, tetapi tergantung pada tujuan dibalik pilihan kelengkapan barang-barang yang berkualitas, biaya yang bersungguh-sungguh, dan lingkungan yang menyenangkan atau nyaman.

Dilengkapi dengan informasi kebutuhan pembelanja, kemampuan dalam mengoperasikan toko dan perubahan perilaku belanja masyarakat ke gerai yang *trendi*, maka dengan itu muncul keinginan terhormat untuk mengabdikan lebih jauh untuk tanah air. Tujuan ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan substansi PT. Indomarco Prismatama yang memiliki visi “berubah menjadi organisasi yang berjaya” serta moto “sederhana dan efisien”.

Pada awalnya, Indomaret membingkai ide gerai kerja yang terletak dekat dengan kompleks pelanggan, memasok kebutuhan dasar dan kebutuhan sehari-hari yang berbeda, melayani keseluruhan populasi yang beragam, dan memiliki ruang toko sekitar 200 m<sup>2</sup>. Seiring dengan berjalannya waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai wilayah kompleks, *office*, *business*, *traveler*, dan apartemen. Untuk situasi ini, ada siklus belajar untuk bekerja di organisasi ritel skala besar, lengkap dengan berbagai kemahiran yang rumit dan berbeda.

Setelah mendominasi informasi dan kemampuan untuk mengoperasikan jaringan ritel untuk ruang lingkup yang sangat besar, para eksekutif fokus untuk menjadikan Indomaret sebagai sumber daya publik. Hal ini tidak terlepas dari

bagaimana seluruh pemikiran dan kegiatan organisasi diurus bersama oleh putra putri Indonesia. Sebagai sumber daya publik, Indomaret perlu memberikan kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis yang mapan dan juga siap bersaing dalam persaingan dunia. Sejalan dengan itu, pada saat itu dibuat visi “untuk menjadi sumber daya publik sebagai jaringan ritel waralaba yang mendominasi persaingan di seluruh dunia”.

Ide bisnis pendirian Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pionir di kawasan minimarket di Indonesia. Reaksi masyarakat sangat nyata, terbukti dengan bertambahnya jumlah *franchisee* Indomaret dari waktu ke waktu. Ide bisnis waralaba organisasi ini juga dirasakan oleh otoritas publik melalui penghargaan yang diberikan kepada Indomaret sebagai “Perusahaan Waralaba Unggul 2003”. Penghargaan semacam ini baru pertama kali diberikan kepada sebuah organisasi minimarket di Indonesia yang sejauh ini baru diperoleh Indomaret. Hingga Maret tahun 2017, jumlah gerai Indomaret di seluruh Indonesia sudah mencapai 4.110 gerai yang terdiri dari 2.374 berformat reguler dan 1.783 gerai berformat waralaba.<sup>70</sup>

## **B. Visi dan Budaya Perusahaan**

Selama waktu pendirian dan pengembangannya, Indomaret menetapkan hal-hal sebagai berikut :

1. Visi : Menjadi sumber daya publik sebagai jaringan ritel waralaba yang mendominasi dalam kontes di seluruh dunia
2. Moto : Sederhana dan efektif
3. Budaya : Mempertahankan sisi positif dari kepercayaan, kebenaran dan kesetaraan, kolaborasi kelompok, kemajuan melalui pengembangan yang bijaksana dan fokus pada loyalitas pelanggan.

---

<sup>70</sup> Selpi Yana Br Ginting, ‘Keberadaan Mini Market Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan’, *Jurnal Swarnabhumi*, 3.1 (2018), h. 68.

## C. Analisis Deskriptif

### 1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, yang dijadikan sebagai responden adalah pelanggan yang sedang dan pernah melakukan pembelian di Indomaret Teling Atas sebanyak 78 orang. Berdasarkan pengumpulan data di lapangan dengan menyebarkan kuisisioner pada pelanggan yang sedang dan pernah melakukan pembelian di Indomaret Teling Atas. Dibuat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan umur.

#### a. Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Profil responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persen</b>
Laki-Laki	44	56.4%
Perempuan	34	43.6%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

*Sumber : output SPSS 25*

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki yang lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 56.4%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 43.6%.

b. Profil Responden Berdasarkan Umur

Profil responden berdasarkan umur dapat dilihat ada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persen
11-20 Tahun	21	26.9%
21-30 Tahun	42	53.8%
31-40 Tahun	6	7.7%
41-50 Tahun	7	9%
51-60 Tahun	2	2.6
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

*Sumber : output SPSS 25*

Pada tabel 4.2 bisa kita ketahui bahwa usia yang paling dominan 21-30 tahun dengan persen 53.8%, diikuti dengan usia 11-20 tahun dengan persen 26.9%, selanjutnya usia 41-50 tahun dengan persen 9%, usia 31-40 tahun dengan persen 7.7%, dan usia 51-60 tahun dengan persen 2.6%.

## 2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

### 1) Kualitas Produk (X1)

Di bawah ini adalah tabel 4.3 yang menunjukkan jawaban atas seluruh responden berjumlah 78 responden pada pelanggan di Indomaret Teling Atas Manado.

**Tabel 4.3**

No	VARIABEL X1	PENILAIAN				
		SS(5)	S(4)	RG(3)	TS(2)	STS(1)
1	P1	16	44	11	7	-
2	P2	17	45	12	4	-

3	P3	10	29	20	18	1
4	P4	9	43	14	5	1
5	P5	28	37	8	3	2
6	P6	29	45	3	1	-
7	P7	15	35	18	8	2
8	P8	11	30	23	13	1
9	P9	16	40	18	2	2
10	P10	11	35	21	10	1
11	P11	18	37	12	6	5
12	P12	12	29	21	15	1
13	P13	17	44	12	5	-
14	P14	19	42	12	5	-
15	P15	21	43	10	2	2
16	P16	6	21	18	27	6
17	P17	11	51	12	2	2
18	P18	19	39	13	6	1
<b>Total</b>		285	689	258	139	27
<b>Persentase</b>		20%	49%	18%	10%	2%

*Sumber : output SPSS 25*

Pada tabel 4.3 bisa dilihat dimana jawaban rata-rata dari responden memberikan setuju untuk poin pernyataan variabel mengenai kualitas produk dengan jumlah persentase sebanyak 49%, sedangkan untuk poin pernyataan tidak setuju sebanyak 10%.

## 2) Kualitas Pelayanan (X2)

Di bawah ini adalah tabel 4.4 yang menunjukkan jawaban atas seluruh responden yang berjumlah 78 responden pada pelanggan Indomaret Teling Atas Manado.

**Tabel 4.4**

No	VARIABEL X2	PENILAIAN				
		SS(5)	S(4)	RG(3)	TS(2)	STS(1)
1	P1	18	39	15	4	2
2	P2	14	46	17	-	1
3	P3	8	40	22	7	1
4	P4	23	40	8	7	-
5	P5	11	44	15	7	1
6	P6	18	45	11	3	1
7	P7	17	37	15	8	1
8	P8	15	36	21	3	3
9	P9	13	40	18	6	1
10	P10	11	29	23	13	2
11	P11	20	44	9	5	-
12	P12	14	45	11	7	1
13	P13	14	38	21	3	2
<b>Total</b>		196	523	206	73	16
<b>Persentase</b>		19%	52%	20%	7%	2%

*Sumber : output SPSS 25*

Pada tabel 4.4 bisa dilihat jawaban rata-rata dari responden memberikan setuju untuk poin pernyataan variabel mengenai kualitas pelayanan dengan jumlah persentase sebanyak 52%, sedangkan untuk poin pernyataan tidak setuju sebanyak 7%.

### 3) Kepuasan Konsumen (Y)

Di bawah ini adalah tabel 4.5 yang menunjukkan frekuensi jawaban atas seluruh responden yang berjumlah 78 responden pada pelanggan di Indomaret Teling Atas Manado.

**Tabel 4.5**

No	VARIABEL Y	PENILAIAN				
		SS(5)	S(4)	RG(3)	TS(2)	STS(1)
1	P1	24	41	6	6	1
2	P2	16	46	9	5	2
3	P3	15	48	11	3	1
4	P4	11	38	20	8	1
5	P5	28	35	8	5	2
6	P6	15	38	19	3	3
7	P7	12	38	20	6	2
8	P8	15	42	10	9	2
9	P9	11	41	16	4	6
10	P10	14	36	19	7	2
11	P11	11	33	22	10	2
<b>Total</b>		172	436	160	66	24
<b>Persentase</b>		20%	51%	19%	8%	3%

*Sumber : output SPSS 25*

Pada tabel 4.5 bisa dilihat jawaban rata-rata dari responden memberikan setuju untuk poin pernyataan variabel mengenai kepuasan konsumen dengan jumlah persentase 51%. Kondisi tersebut menunjukkan jika masyarakat merasa puas dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Sedangkan untuk poin pernyataan tidak setuju hanya sebanyak 8%.

#### D. Analisis Data

## 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Pertanyaan kuisioner akan valid jika nilai  $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}} (n-2)$ . Dilakukan uji coba atau *Try Out* pada 30 responden terlebih dahulu. Hasil  $r^{\text{tabel}}$  diperoleh lewat rumus  $(df) = n - 2$  sehingga hasilnya  $(df = 30 - 2)$  yaitu  $28 r^{\text{tabel}}$  untuk level signifikan 5% adalah 0,361.

**Tabel 4.6**

### Uji Coba Validitas pada Variabel Kualitas Produk (X1)

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,476	0,361	VALID
X1.2	0,799	0,361	VALID
X1.3	0,666	0,361	VALID
X1.4	0,646	0,361	VALID
X1.5	0,614	0,361	VALID
X1.6	0,561	0,361	VALID
X1.7	0,636	0,361	VALID
X1.8	0,792	0,361	VALID
X1.9	0,820	0,361	VALID
X1.10	0,802	0,361	VALID
X1.11	0,755	0,361	VALID
X1.12	0,631	0,361	VALID
X1.13	0,809	0,361	VALID
X1.14	0,776	0,361	VALID
X1.15	0,768	0,361	VALID
X1.16	0,582	0,361	VALID
X1.17	0,743	0,361	VALID
X1.18	0,810	0,361	VALID

*Sumber : output SPSS 25*

**Tabel 4.7****Uji Coba Validitas pada Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

<b>Item</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
X2.1	0,692	0,361	VALID
X2.2	0,815	0,361	VALID
X2.3	0,664	0,361	VALID
X2.4	0,701	0,361	VALID
X2.5	0,882	0,361	VALID
X2.6	0,760	0,361	VALID
X2.7	0,819	0,361	VALID
X2.8	0,751	0,361	VALID
X2.9	0,673	0,361	VALID
X2.10	0,798	0,361	VALID
X2.11	0,781	0,361	VALID
X2.12	0,829	0,361	VALID
X2.13	0,870	0,361	VALID

*Sumber : output SPSS 25*

**Tabel 4.8****Uji Coba Validitas pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

<b>Item</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Y.1	0,780	0,361	VALID
Y.2	0,827	0,361	VALID
Y.3	0,804	0,361	VALID
Y.4	0,767	0,361	VALID
Y.5	0,819	0,361	VALID
Y.6	0,738	0,361	VALID
Y.7	0,781	0,361	VALID
Y.8	0,755	0,361	VALID

Y.9	0,804	0,361	VALID
Y.10	0,875	0,361	VALID
Y.11	0,807	0,361	VALID

*Sumber : output SPSS 25*

Hasil  $r^{\text{tabel}}$  diperoleh lewat rumus  $(df) = n - 2$  sehingga hasilnya  $(df = 78 - 2)$  yaitu 76  $r^{\text{tabel}}$  untuk level signifikan 5% adalah 0,222. Hasil pengujian validitas keseluruhan responden menggunakan bantuan SPSS 25 bisa dilihat di bawah ini :

**Tabel 4.9**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,579	0,222	VALID
	X1.2	0,563	0,222	VALID
	X1.3	0,544	0,222	VALID
	X1.4	0,664	0,222	VALID
	X1.5	0,698	0,222	VALID
	X1.6	0,557	0,222	VALID
	X1.7	0,642	0,222	VALID
	X1.8	0,726	0,222	VALID
	X1.9	0,732	0,222	VALID
	X1.10	0,723	0,222	VALID
	X1.11	0,701	0,222	VALID
	X1.12	0,543	0,222	VALID
	X1.13	0,713	0,222	VALID
	X1.14	0,704	0,222	VALID
	X1.15	0,591	0,222	VALID
	X1.16	0,364	0,222	VALID

	X1.17	0,628	0,222	VALID
	X1.18	0,741	0,222	VALID
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,645	0,222	VALID
	X2.2	0,688	0,222	VALID
	X2.3	0,612	0,222	VALID
	X2.4	0,712	0,222	VALID
	X2.5	0,737	0,222	VALID
	X2.6	0,681	0,222	VALID
	X2.7	0,707	0,222	VALID
	X2.8	0,712	0,222	VALID
	X2.9	0,599	0,222	VALID
	X2.10	0,765	0,222	VALID
	X2.11	0,714	0,222	VALID
	X2.12	0,679	0,222	VALID
	X2.13	0,770	0,222	VALID
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,682	0,222	VALID
	Y.2	0,726	0,222	VALID
	Y.3	0,750	0,222	VALID
	Y.4	0,690	0,222	VALID
	Y.5	0,702	0,222	VALID
	Y.6	0,719	0,222	VALID
	Y.7	0,757	0,222	VALID
	Y.8	0,766	0,222	VALID
	Y.9	0,771	0,222	VALID
	Y.10	0,779	0,222	VALID
	Y.11	0,770	0,222	VALID

*Sumber: output SPSS 25*

Tabel 4.6, 4.7, 4.8, dan 4.9 diatas menunjukkan bahwa hasil uji coba dan uji validitas keseluruhan dengan menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa semua nilai  $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$  pada nilai signifikansi 5%. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa pernyataan dalam angket penelitian ini variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk data yang selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, apabila pengukuran dilakukan pada objek sama berulang kali dengan instrumen yang sama. Hasil uji reliabilitas instrumen (78 responden) dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.10**

### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,909	RELIABEL
Kualitas Pelayanan (X2)	0,910	RELIABEL
Kepuasan Konsumen (Y)	0,916	RELIABEL

*Sumber : output SPSS 25*

Hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa setiap variabel mempunyai nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  dengan jumlah pertanyaan sebanyak 42 pertanyaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukur variabel dari kuisioner adalah reliabel sehinggalan untuk selanjutnya item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas menggunakan rumus *Kolmogrov-Smirnov* lewat level signifikansi 5% (0,05). Jika hasil  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika hasil  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.11**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.56569304
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.069
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

**Sumber : output SPSS 25**

Berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi  $0.200 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas menggunakan

nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ . Hasil multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.12**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.335	4.275		1.482	.143		
Kualitas Produk	.025	.079	.033	.311	.757	.546	1.833
Kualitas Pelayanan	.679	.103	.707	6.609	.000	.546	1.833

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Sumber : output SPSS 25**

Hasil pengujian pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai VIF variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) adalah  $1.833 < 10$  dan nilai *Tolerance value*  $0.546 > 0,1$  maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi autokorelasi dapat menggunakan uji Durbin Watson (DW).

**Tabel 4.13**  
**Uji Durbin Watson (D-W)**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.730 <sup>a</sup>	.532	.520	5.263	1.672

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Sumber : output SPSS 25**

Tabel diatas menjelaskan nilai Durbin-Watson sebesar 1,672 dengan sampel ( $n=78$ ) jumlah variabel bebas ( $k=2$ ). Dilihat pada tabel Durbin Watson didapatkan nilai  $d_l = 1,580$  dan nilai  $d_u = 1,685$ . Rekapitan nilai  $d$ ,  $d_l$ , dan  $d_u$  untuk penarik kesimpulan adalah sebagai berikut :

<b>D</b>	<b>d<sub>l</sub></b>	<b>d<sub>u</sub></b>	<b>4-d<sub>l</sub></b>	<b>4-d<sub>u</sub></b>
1,672	1,580	1,685	2,420	2,315

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai  $d_l < d < d_u = 1,580 < 1,672 < 1,685$ , kesimpulannya untuk uji autokorelasi tidak dapat ditarik kesimpulan.

Cara mengatasi hal tersebut adalah menggunakan cara yang lain untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi. Solusinya menggunakan cara uji *Run Test*. Hasil uji autokorelasi terdapat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.14**

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.77366
Cases < Test Value	39
Cases >= Test Value	39
Total Cases	78
Number of Runs	33
Z	-1.596
Asymp. Sig. (2-tailed)	.111

a. Median

**Sumber : output SPSS 25**

Hasil output SPSS menunjukkan bahwa nilai test adalah 0,77366 dengan probabilitas  $0,111 > 0,05$ , yang berarti hipotesis nol diterima. Ketika melakukan metode yang pada umumnya digunakan penelitian lain yaitu *Durbin Watson* (DW) tidak dapat disimpulkan, yang artinya

tidak bisa dikatakan adanya gejala autokorelasi maupun tidak terjadi autokorelasi. Sehingga menggunakan metode yang lain untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi data dalam penelitian ini. Jadi, kesimpulannya Ketika melakukan metode *Run Test* dan hasilnya adalah model regresi ini tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas menggunakan cara uji *Glejser*. Jika variabel independent tidak signifikan secara statistik dan tidak mempengaruhi variabel dependen, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Tabel di bawah ini adalah hasil uji heteroskedastisitas.

**Tabel 4.15**

U

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.571	3.228		1.416	.161
Kualitas Produk	.088	.060	.224	1.465	.147
Kualitas Pelayanan	-.147	.078	-.289	-1.895	.062

a. Dependent Variable: RES2

**Sumber : output SPSS 25**

Tabel diatas menunjukkan bahwa setiap variabel bebas (independen) mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Ini dapat dilihat dari nilai residual absolut kualitas produk sebesar 0,147 dan nilai residual absolut kualitas pelayanan sebesar 0,062. Sehingga dapat disimpulkan bahwa taraf residual absolut pada kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak terjadi heteroskedastisitas.

## E. Pengujian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan toko Indomaret Teling Atas Manado dengan jumlah 78 responden. Di bawah ini merupakan hasil pengolahan data menggunakan SPSS pada analisis regresi linier berganda.

**Tabel 4.16**

#### Analisis Regresi Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.335	4.275		1.482	.143
Kualitas Produk	.025	.079	.033	.311	.757
Kualitas Pelayanan	.679	.103	.707	6.609	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

##### Sumber : output SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas nilai konstanta (nilai a) sebesar 6,335 dan untuk kualitas produk (nilai b) sebesar 0,025 dan kualitas pelayanan (nilai b) sebesar 0,679. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 6,335 + 0,025 + 0,679 + e$$

Yang berarti :

- a) Nilai *Constanta* Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 6,335 yang menyatakan jika variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sama dengan nol, maka Kepuasan Konsumen di toko Indomaret Teling Atas Manado sebesar 6,335.
- b) Nilai koefisien X1 sebesar 0,025, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap

kepuasan konsumen (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas produk (X1) maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,025.

- c) Nilai koefisien X2 sebesar 0,679, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas pelayanan (X2) maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,679.

## 2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) yang di uji pada tingkat signifikansi 0,05. Pengaruh dapat dilihat dari nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh secara parsial variabel X dan variabel Y.

### a. Pengujian Variabel Kualitas Produk

Perumusan Hipotesis :

$H_{01}$  = Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

$H_{a1}$  = Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

**Tabel 4.17**

### Uji t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.847	5.030		3.150	.002
	Kualitas Produk	.379	.073	.510	5.164	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Sumber : output SPSS 25**

Berdasarkan output SPSS diatas menjelaskan megambil ketentuan dalam uji analisis regresi linier tersebut ada 2 cara :

- 1) Berdasarkan taraf signifikansi pada output SPSS *coefisien* didapatkan pada taraf sig. sebesar 0,000. Apabila nilai sig. kurang dari 0,05 artinya signifikan. Berdasarkan nilai sig. pada tabel *coefisien* diketahui  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat ditetapkan bahwa kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah positif.
- 2) Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t hitung 5,164 dan t tabel = t ( $\alpha/2$  ; n-k-1) = (0,05/2 = 0,025/76) = t (1,991). Jadi, berdasarkan nilai t diketahui t hitung lebih besar dari t tabel (5,164 > 1,991), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak. Yang berarti variabel independen Kualitas Produk (X1) terdapat pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

#### b. Pengujian Variabel Kualitas Pelayanan

Perumusan Hipotesis :

$H_{02}$  = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

$H_{a2}$  = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

**Tabel 4.18**

**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.947	3.771		1.842	.069
	Kualitas Pelayanan	.700	.075	.729	9.287	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Sumber : output SPSS 25**

- 1) Berdasarkan taraf signifikansi pada tabel 4.15 didapatkan pada taraf sig. sebesar 0,000. Apabila nilai sig. kurang dari 0,05 artinya

signifikan. Berdasarkan nilai sig. pada tabel *coefisien* diketahui  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat ditetapkan bahwa kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah positif

- 2) Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t hitung 9,287 dan t tabel = t ( $\alpha/2 ; n-k-1$ ) = ( $0,05/2 = 0,025/76$ ) = t (1,991). Jadi, berdasarkan nilai t diketahui t hitung lebih besar dari t tabel ( $9,287 > 1,991$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak. Yang berarti variabel independen Kualitas Pelayanan (X2) terdapat pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

### 3. Uji F

Uji pengaruh bersama-sama (joint) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Perumusan Hipotesis :

$H_{a3}$  = Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

**Tabel 4.19**

#### Uji F

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2363.755	2	1181.877	42.664	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2077.630	75	27.702		
	Total	4441.385	77			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

e

*Sumber : output SPSS 25*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $42,664 > F$  tabel 3,12. Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_{a3}$  diterima, artinya terdapat pengaruh kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap Y. Hasil uji koefisien determinasi ditunjukkan dengan *R square* yang dapat dilihat pada tabel 4.20 di bawah ini :

**Tabel 4.20**  
**Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 <sup>a</sup>	.532	.520	5.263
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				

**Sumber : output SPSS 25**

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui nilai *R square* sebesar 0,532, berarti bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 53,2%. Kedua kualitas memiliki pengaruh sebesar 53,2% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sebesar 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga selain faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi pembelian di Toko Indomaret Teling Atas Manado.

## **F. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado. Pembahasan masing-masing variabel akan diperjelas sebagai berikut :

### **1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Teling Atas Manado.**

Setelah melakukan beberapa uji dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret Teling Atas Manado. Hal ini diperoleh dari hasil uji statistik regresi dengan nilai  $t$  hitung sebesar 5,164 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari standar yang ditetapkan yaitu 0,05; maka hipotesis pertama ( $H_{a1}$ ) diterima dalam penelitian ini disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ).

### **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Teling Atas Manado.**

Berdasarkan beberapa uji statistik yang telah dilakukan terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret Teling Atas Manado. Hal ini bisa dilihat dari hasil uji statistik regresi dengan nilai  $t$  hitung sebesar 9,287 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,700; sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua ( $H_{a2}$ ) hasilnya adalah kualitas pelayanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ).

### **3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Teling Atas Manado.**

Berdasarkan beberapa uji statistik yang telah dilakukan, dapat membuktikan bahwa kedua variabel independen kualitas produk ( $X_1$ ) dan

kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Hal ini bisa dilihat dari uji F dengan nilai F hitung sebesar 42,664 yang signifikansinya sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dari standar yang telah ditetapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ha<sub>3</sub> hasilnya adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian ini maka hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian Ha diterima atau dengan kata lain Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado. Selanjutnya pada hasil uji koefisien determinasi terlihat bahwa nilai koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,532 atau sama dengan 53,2% yang mengandung arti bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 53,2%.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh dan signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Indomaret Teling Atas Manado. Yang berarti variabel independen berperan penting terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk adalah salah satu syarat agar konsumen ingin berbelanja di Indomaret Teling Atas Manado.
2. Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh dan signifikan positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini dapat dibuktikan bahwa variabel independen kualitas pelayanan berperan penting juga terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan juga adalah salah satu syarat agar konsumen ingin berbelanja di Indomaret Teling Atas Manado, disaat berbelanja merasa nyaman dan sangat terbantu oleh karyawan Indomaret Teling Atas Manado.
3. Variabel independen kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Setelah melakukan pengujian dengan bantuan SPSS 25, keduanya memiliki pengaruh sebesar 53,2% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sebesar 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga selain faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen di toko Indomaret Teling Atas Manado.

#### **B. Saran**

1. Untuk pihak Toko Indomaret Teling Atas Manado harus lebih meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanannya. Dalam hal ini

kualitas produk yang dimaksud adalah selalu mengecek barang yang rusak dan produk yang sudah *expired*, dan pelayanan yang dimaksud adalah menyiapkan sarana dan prasarana yang memadai agar dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Penelitian ini bisa digunakan untuk menjadi bahan masukan bagi toko Indomaret Teling Atas Manado dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar supaya meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja.
3. Dalam penelitian ini memiliki hasil yang dapat dijadikan salah satu petunjuk referensi bagi penelitian yang sejenis.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adhari, Iendy Zelviean, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2021)
- Anggraeni, Dita Putri, Srikandi Kumadji, and Sunarti, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37.1 (2016)
- Annisa, and Aswand Hasoloan, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Indomaret', *Jurnal Bisnis Corporate*, 6.1 (2021)
- Budiastuti, Dyah, and Agustinus Bandur, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian, Metode Penelitian Pendidikan Matematika* (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2018)
- Daga, Rosnaini, *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan*, ed. by Hamzah Upu (Makassar: Global Research And Consulting Institute, 2017)
- Fauzy, Akhmad, *Metode Sampling*, ed. by Arryta Canty, 2nd edn (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019)
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Universitas Diponegoro, 2018)
- Ginting, Selpi Yana Br, 'Keberadaan Mini Market Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan', *Jurnal Swarnabhumi*, 3.1 (2018)
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, and others, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, ed. by Husnu Abadi (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020)
- Hidayat, Aziz Alimul, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*, ed. by N. Aulia Aziz (Surabaya: Health Books Publishing, 2021)

- Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4.1 (2019)
- Indrasari, Meithiana, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019)
- Ismail, Taupik, and Ramayani Yusuf, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung', *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5.3 (2021)
- Lesmana, Rosa, and Ratnasari, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2.2 (2019)
- Maramis, Freekley Steyfli, Jantje L Sepang, and Agus Supandi Soegoto, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6.3 (2018)
- Maria, Monica, and Mohamad Yusak Anshori, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6.1 (2013)
- Masili, Veronika, Bode Lumanauw, and Maria V.J Tielung, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa SEA Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa', *Jurnal EMBA*, 10.4 (2022)
- Maulidah, Iis, Joko Widodo, and Mukhamad Zulianto, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember', *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13.1 (2019)
- Melyani, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Distriversa Buana Studi Kasus Pada Pemakai Balsem Cap Macan Di Jakarta', *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16.2 (2016)

- Mentang, Jonathan J.J, Imelda W.J Ogi, and Reitty L. Samadi, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Marina Hash In Manado Di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal*, 9.4 (2021)
- Mulyapradana, Aria, Ary Dwi Anjarini, and Harnoto, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tempo Cabang Tegal', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3.1 (2020)
- Nalendra, Aloysius Rangga Aditya, *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021)
- Narimawati, Umi, Jonathan Sarwono, Dadang Munandar, and Marlina Budhiningtias Winanti, *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis*, ed. by Ratih Indah Utami (Yogyakarta: ANDI, 2020)
- Ngatmo, and Tri Bodroastuti, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sido Muncul Semarang', *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 2012
- Nilasari, Eswika, and Istiatin, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo', *Jurnal Paradigma*, 13.01 (2015)
- Nurfadilah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Indomaret Di Kecamatan Belopa Utara Kabupaten Luwu' (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016)
- 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen' <[http://repository.unpas.ac.id/14592/4/08\\_bab\\_II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/14592/4/08_bab_II.pdf)> [accessed 26 August 2022]
- Prayogo, Edwin, and Tandy Pranata Oei, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di The Carpentier Surabaya'
- Priadana, Sidik, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang: Pascal Books, 2021)
- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Teddy Chandra (Sidoarjo: Zifatama

Publishing, 2008)

Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, ed. by Puput Cahya Ambarwati, CV. Wade Group (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016)

Puspitasari, Linda, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal "SS" Purwokerto)' (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2016)

Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Triana Fitriastuti Kiswanto (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016)

Ruslim, Tommy Setiawan, and Mukti Rahardjo, 'Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2.1 (2016)

Saidani, Basrah, and Samsul Arifin, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market', *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3.1 (2012)

Sari, Suci Wulan, 'Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di NDalem Ngabean Resto', *Universitas Negeri Yogyakarta* (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015)

'Sejarah & Filosofi Perusahaan', *Indomaret*, 2022  
<<https://www.indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi>> [accessed 26 August 2022]

Setiawan, Deddy, Sri Suryoko, and Sari Listyorini, 'Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Pandanaran Semarang', *Diponegoro Journal Of Social and Political Science*, 2014

Setyawan, Dodiet Aditya, *Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data Menggunakan SPSS*, *ResearchGate* (Surakarta, 2022)

Setyawati, Ria, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19.1 (2023)

- Sofiah, Suci, Andi Surya Rahmana, and Zeiny Triana, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Indomaret Aria Putra Swadaya Taman Kedaung Ciputat Tangerang Selatan', *HUMANIS (Humanities, Management, and Science Proceedings)*, 1.2 (2021)
- Suawa, Engelina Ester, Joyce. S.L.H Lopian, and Yunita Mandagie, 'Analisis Komparasi Kualitas Pelayanan Di Indomaret Dan Alfamart Teling Atas Kota Manado', *Jurnal EMBA*, 9.3 (2021)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. by Sutopo (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Suyono, Mario Paska Halim, Mukhsin, and Peri Akri, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di McDonald's Pekanbaru', *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5.1 (2020)
- Syahrum, and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. by Rusydi Ananda (Bandung: Citapustaka Media, 2012)
- Tanuwijaya, Melissa, and Mohamad Yusak Anshori, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy', *Jurnal Neo-Bis*, 7.1 (2013)
- Utami, Halida, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Dagang Ria Catering Pekanbaru' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013)
- Widana, Wayan, and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis*, ed. by Teddy Fiktorius, *Klik Media* (Lumajang: Klik Media, 2020)
- Wijayanto, Ryan Ibnu, and Erni Widiastuti, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) Cabang Klaten', *Surakarta Management Journal*, 3.2 (2021)
- Yuliara, I Made, *Regresi Linear Berganda* (Universitas Udayana, 2016)

# LAMPIRAN

## **KUISIONER**

### **ANGKET PENELITIAN**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado**, maka dengan ini saya mengharapkan kesediaan rekan-rekan responden Bapak, Ibu dan Saudara/I untuk bisa membantu saya dalam memberikan jawaban yang sejujurnya pada seluruh pernyataan dalam kuisisioner ini.

Atas kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Ttd,

Fathia N.F Pontoh

NIM 17.4.1.076

### **PETUNJUK PENGISIAN**

- A. Berikan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang anda rasakan.
- B. Ada 5 alternatif jawaban, yaitu :
  1. SS = Sangat Setuju
  2. ST = Setuju
  3. RG = Ragu-ragu
  4. TS = Tidak Setuju
  5. STS = Sangat Tidak Setuju
- C. Identitas Responden
  1. Nama :
  2. Umur :
  3. Jenis Kelamin :

## Kualitas Produk (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Kualitas produk yang tersedia di Indomaret lebih bagus dari toko tradisional					
2	Produk yang tersedia di Indomaret sudah jelas keamanannya saat dikonsumsi					
3	Produk apapun yang dibutuhkan ada di Indomaret					
4	Penempatan produk di Indomaret diurutkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
5	Indomaret memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran tagihan					
6	Produk-produk yang ada di Indomaret sesuai dengan standar karena telah lolos uji BPOM					
7	Produk yang tersedia di Indomaret tidak berada dimasa kadaluwarsa					
8	Semua produk di Indomaret sudah tidak adanya kerusakan					
9	Produk yang tersedia di Indomaret dapat diandalkan kualitasnya					
10	Tidak ada kecacatan pada produk yang ditawarkan Indomaret					
11	Produk yang ada di Indomaret sesuai dengan kebutuhan konsumen					
12	Semua produk yang dibutuhkan konsumen tersedia di Indomaret					
13	Tata letak produk di Indomaret memberikan kemudahan konsumen dalam mencari produk					
14	Indomaret memiliki produk yang higienis dan terjamin kebersihannya					
15	Banyaknya pilihan merek produk di Indomaret membuat konsumen tertarik untuk membeli					
16	Merek produk yang tersedia di Indomaret tidak ada di pasar atau toko lain					

17	Indomaret memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan yang dijanjikan					
18	Banyak berbagai jenis merek produk di Indomaret sesuai dengan kebutuhan					

## Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Pegawai Indomaret sigap dalam melayani konsumen					
2	Pegawai Indomaret dapat memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3	Pelayanan saat di kasir Indomaret cepat					
4	Pegawai menginformasikan atau menawarkan promo-promo yang ada di Indomaret					
5	Pegawai Indomaret tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh konsumen					
6	Merasa aman dan nyaman selama bertransaksi di Indomaret					
7	Pegawai Indomaret tidak pernah lupa memberikan struck belanja kepada konsumen					
8	Pegawai di Indomaret melayani dengan ramah/senyum					
9	Pegawai Indomaret memberikan sapaan kepada konsumen					
10	Pegawai Indomaret memberikan perhatian individual kepada para konsumennya					
11	Kondisi ruangan di Indomaret tertata rapi dan bersih					
12	Penampilan dari pegawai Indomaret rapi					
13	Pelayanan Indomaret sangat ramah dan cepat					

## Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	ST	RG	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan berbagai macam produk yang tersedia di Indomaret					
2	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang tersedia di Indomaret					
3	Saya merasa puas dengan penempatan produk di Indomaret yang diurutkan sesuai dengan kebutuhan					
4	Saya merasa puas dengan harga produk yang ditawarkan Indomaret					
5	Saya merasa puas dengan adanya promo pembelian produk di Indomaret					
6	Saya merasa puas pada produk dengan harga yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan terjangkau bagi konsumen					
7	Saya merasa puas dengan kinerja pegawai cekatan dan tanggap di Indomaret					
8	Saya merasa puas dengan kebersihan dan kerapian Indomaret					
9	Saya merasa puas dengan keramahan pegawai Indomaret dalam melayani konsumen					
10	Saya menyukai berbelanja di Indomaret karena lebih modern					
11	Saya merasa lebih senang berbelanja di Indomaret karena sangat kondusif dan lengkap					

**DATA RESPONDEN**

<b>No</b>	<b>Nama Responden</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Umur</b>
1.	Leonyla Lavigne	Perempuan	25
2.	Silvana Kaluku	Perempuan	25
3.	Junianti Ahmad	Perempuan	25
4.	Bella	Perempuan	24
5.	Lea Lumenta	Perempuan	26
6.	Rivana Ottay	Perempuan	32
7.	Fauzia Adrian	Perempuan	31
8.	Indah	Perempuan	25
9.	Yuliya A	Perempuan	25
10.	Faradila Sou	Perempuan	18
11.	Indah Katili	Perempuan	23
12.	Chelsea	Perempuan	25
13.	Friska	Perempuan	22
14.	Tania	Perempuan	23
15.	Marlen Pandaling	Perempuan	29
16.	Anita	Perempuan	54
17.	Rian	Laki-Laki	19
18.	Rifai	Laki-Laki	32
19.	Esha Wahyudi Nani	Laki-Laki	24
20.	Arfandi Ramadhan Wahid	Laki-Laki	19
21.	Rahmawati Adrian	Perempuan	34
22.	Duntam	Laki-Laki	20
23.	Bayu	Laki-Laki	41
24.	Zildjian Ottay	Perempuan	13
25.	Eza	Laki-Laki	30

26.	Abigael Mamuaya	Laki-Laki	25
27.	Danang	Laki-Laki	19
28.	Masyita	Perempuan	47
29.	Saina	Perempuan	15
30.	Nur	Perempuan	45
31.	Aiman	Laki-Laki	19
32.	Ridho	Laki-Laki	28
33.	Budi	Laki-Laki	43
34.	Faiz Patimasang	Laki-Laki	18
35.	Rifky Pasuna	Laki-Laki	25
36.	Mona	Perempuan	26
37.	Rizky	Laki-Laki	27
38.	Muhammad Rifaldi Pakaya	Laki-Laki	25
39.	Fikran	Laki-Laki	24
40.	Indah Tueno	Perempuan	28
41.	Mutia	Perempuan	25
42.	Hamzah Nani	Laki-Laki	50
43.	Adam	Laki-Laki	45
44.	Nadia	Perempuan	19
45.	Nabila	Perempuan	19
46.	Dian E	Perempuan	28
47.	Fahrizal M	Laki-Laki	33
48.	Dio Alif	Laki-Laki	30
49.	Arif B	Laki-Laki	28
50.	Rian Z	Laki-Laki	28
51.	Sofyan B	Laki-Laki	50
52.	Fandi	Laki-Laki	26

53.	Suroyhan	Laki-Laki	26
54.	Dwiyanto	Laki-Laki	26
55.	Ken	Laki-Laki	23
56.	Jeyano	Laki-Laki	24
57.	Gio	Laki-Laki	23
58.	Hidayat	Laki-Laki	55
59.	Bima	Laki-Laki	18
60.	Rusdi Beslar	Laki-Laki	24
61.	Iin Febrianti Usman	Perempuan	27
62.	Rahman Hasan	Laki-Laki	25
63.	Saputra Zakaria	Laki-Laki	17
64.	Fahmi Supu	Laki-Laki	16
65.	Jovanca Sepang	Laki-Laki	16
66.	Aditya Roleh	Laki-Laki	19
67.	Ikhy	Laki-Laki	22
68.	Ananda Fahira	Perempuan	24
69.	Sanly	Perempuan	22
70.	Reka	Perempuan	24
71.	Jessinia	Perempuan	21
72.	Sofyan Kusuma	Laki-Laki	25
73.	Ipin	Laki-Laki	20
74.	Cindy Sempurna	Perempuan	19
75.	Michelle Moko	Perempuan	19
76.	Rivaldi	Laki-Laki	19
77.	Ifan	Laki-Laki	31
78.	Matthew Soromi	Laki-Laki	19



23	5	4	3	2	1	5	4	3	3	2	1	5	4	3	1	1	3	2	52
24	4	4	2	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	66
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
26	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	2	4	5	77
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
29	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
30	4	3	4	5	1	2	5	3	2	4	1	3	4	5	2	3	5	1	57
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
33	4	3	3	4	2	5	3	4	1	2	3	4	3	2	5	1	1	5	55
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
35	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	79
36	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	67
37	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	73
38	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	2	4	3	77
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
40	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	64
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	56
42	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	64
43	2	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	5	4	5	5	4	2	59
44	3	4	3	4	4	5	3	2	3	4	1	4	3	3	3	3	3	3	58
45	3	4	4	3	2	4	2	1	1	2	2	2	2	4	4	4	4	4	52
46	2	2	3	2	3	4	3	3	2	2	4	4	3	2	4	4	3	3	53
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4	4	64

48	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	2	57
49	3	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	63
50	2	2	2	2	3	4	2	2	3	1	1	4	3	4	4	3	3	2	47
51	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	3	4	3	2	1	3	64
52	4	5	3	2	2	4	1	2	3	4	1	4	3	2	4	4	4	3	55
53	3	4	2	4	3	4	3	2	3	4	3	2	4	2	1	3	3	3	53
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
55	5	3	2	3	4	5	1	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	59
56	3	4	5	1	3	3	2	3	4	2	5	1	3	3	4	3	3	2	54
57	3	2	1	4	4	4	5	3	5	5	5	2	2	4	4	4	3	4	64
58	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	2	4	3	66
59	5	4	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	64
60	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
61	4	4	4	4	5	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	68
62	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	73
63	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	5	79
64	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	63
65	4	3	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	5	4	5	2	5	5	75
66	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	84
67	3	5	2	4	4	5	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	2	4	63
68	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	80
69	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	64
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	70
71	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	80
72	2	5	2	3	5	4	4	2	4	2	4	2	4	5	3	1	4	4	60

73	5	4	4	5	5	5	5	2	3	3	5	4	5	5	5	2	4	5	76
74	5	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	70
75	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	4	5	74
76	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	79
77	4	3	2	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	65
78	4	5	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	4	1	4	4	59

**TABULASI DATA UNTUK VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X2)**

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	Total
1	3	4	4	5	4	4	2	3	3	3	3	3	3	44
2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	4	2	2	38
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	49
6	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	51
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	53
8	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	46
9	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	46
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
11	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	48
12	3	3	2	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	40
13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
14	3	3	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	49



40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	53
41	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	47
42	5	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4	47
43	1	4	3	3	2	4	4	2	4	2	4	2	4	39
44	5	5	2	4	3	4	5	5	2	4	4	4	3	50
45	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	40
46	2	3	3	2	4	3	2	4	4	4	2	3	3	39
47	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	2	2	4	40
48	2	4	3	3	4	2	3	3	4	2	2	2	2	36
49	3	4	3	3	4	5	2	1	1	3	4	4	3	40
50	2	3	4	5	4	3	3	2	3	1	4	2	3	39
51	3	4	4	2	2	3	3	4	4	2	4	5	4	44
52	5	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	45
53	4	3	5	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	45
54	4	3	2	2	1	2	3	3	3	2	3	4	2	34
55	5	4	4	5	4	4	3	3	3	2	3	4	3	47
56	5	3	3	2	2	4	4	3	2	3	4	5	1	41
57	3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	53
58	4	4	3	4	2	4	4	4	3	2	4	4	3	45
59	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	5	4	3	47
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
61	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	53
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	64
64	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	48

65	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	58
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
67	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	50
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	53
69	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	48
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
71	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	59
72	3	4	4	5	4	5	5	3	4	3	5	5	4	54
73	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	5	4	50
74	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	52
75	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	49
76	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	60
77	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	50
78	3	3	2	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	43

**TABULASI DATA UNTUK VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)**

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Total
1	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	44
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	39
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	38
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
6	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	39



32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
33	5	2	4	3	1	4	4	2	3	1	1	30
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
38	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	44
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
40	2	2	3	3	5	3	2	2	1	3	4	30
41	3	3	3	2	4	3	3	2	2	4	4	33
42	5	2	4	4	5	3	5	5	2	3	3	41
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
44	2	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3	40
45	3	4	3	3	2	3	4	2	2	3	3	32
46	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	3	35
47	4	2	3	3	4	2	4	3	4	3	3	35
48	5	4	4	5	5	4	3	2	3	3	3	41
49	4	5	4	3	3	3	3	2	1	2	3	33
50	3	4	4	3	2	1	3	4	4	3	2	33
51	2	3	2	4	4	4	3	2	1	2	2	29
52	4	5	4	3	4	3	2	3	4	2	4	38
53	4	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	32
54	2	2	3	4	2	3	3	4	2	2	4	31
55	5	5	2	2	2	2	3	3	3	3	3	33
56	2	3	5	2	5	4	3	2	4	4	2	36

57	5	3	3	2	5	1	3	4	4	5	2	37
58	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	41
59	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	44
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
63	5	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	46
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
65	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	51
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
68	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	47
69	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	39
70	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
71	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	52
72	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	47
73	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	50
74	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	49
75	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	43
76	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	51
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
78	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	39

**Tabel Uji Reliabilitas Output SPSS Variabel X1**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	18

**Tabel Uji Reliabilitas Output SPSS Variabel X2**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	13

**Tabel Uji Reliabilitas Output SPSS Y**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.916	11



**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado Telepon /Fax (0431) 860616 Manado 95128

Nomor : B- 130 /In. 25/F.IV/TL.00. 1/02/2023

28 Februari 2023

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth

Pimpinan Toko Indomaret Teling Atas

Di

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Fathia Nur Fitriani Pontoh  
NIM : 17.4.1.076  
Semester : XII(dua belas)  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul: **"Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado"** Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dengan

Dosen Pembimbing:

1. Dr. Radlyah Hasan Jan, m.Si.
2. Dr. Munir tubagus, S.kom., M.Cs

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan february s/d April 2023.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*



Dr. Rosalina Bukido, M.Hum.  
NIP. 197803242006042003

Tembusan:

1. Mahasiswa Yang Bersangkutan;
2. Arsip

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Yang betanda tangan dibawah ini :

Nama : Heriyanto Sap  
Jabatan : Kepala Toko Indomaret  
Alamat : Jalan 14 Februari 14, Teling Atas Lingkungan 1

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Fathia Nur Fitriani Pontoh  
NIM : 17.4.1.076  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Telah selesai melakukan penelitian di Indomaret Jalan 14 Februari 14 Teling Atas selama 2 (dua) bulan pada bulan Maret – April 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Indomaret Teling Atas Manado”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Manado, 17 April 2023

Kepala Toko Indomaret

  
(.....)  
Heriyanto.

Nilai r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	<b>0.3610</b>	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	<b>0.2227</b>	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527

**Nilai t tabel**

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127	
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595	
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089	
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607	
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148	
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710	
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291	
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891	
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508	
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141	
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789	
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451	
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127	
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815	
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515	
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226	
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948	
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680	
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421	
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171	
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930	
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696	
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471	
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253	
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041	
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837	
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639	
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446	
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260	
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079	
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903	
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733	
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567	
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406	
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249	
76	0.67773	1.29279	1.66515	<b>1.99167</b>	2.37642	2.64208	3.20096	
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948	
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804	
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663	
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526	

## DOKUMENTASI

Menjelaskan tata cara mengisi kuisisioner pada responden.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Fathia Nur Fitriani Pontoh  
NIM : 17.4.1.076  
Alamat : Jl. 14 Februari, Teling Atas Lingkungan 1  
Tempat Tanggal Lahir : Gorontalo, 27 Desember 1997  
Nomor Hp : 082346854997  
Email : [fathiapontoh27@gmail.com](mailto:fathiapontoh27@gmail.com)

### Nama Orang Tua

---

1. Ayah  
Nama : Hidayat Pontoh  
Pekerjaan : Wiraswasta
2. Ibu  
Nama : Anita Ruslin Abdul  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

### Pendidikan Formal

---

2002 – 2003 : TK Dewi Sartika Manado  
2003 – 2009 : SD Kartika Wirabuana VII-5 Manado  
2009 – 2012 : SMP N 7 Manado  
2012 – 2015 : SMK N 1 Manado  
2017 – 2023 : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado