

**PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA TOKO MR. DIY KOTA  
PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**RAIHAN ANNISA  
NIM : 20 402 00031**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI  
HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA TOKO MR. DIY KOTA  
PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**RAIHAN ANNISA  
NIM : 20 402 00031**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI  
HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA TOKO MR. DIY KOTA  
PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**RAIHAN ANNISA**  
**NIM : 20 402 00031**

**PEMBIMBING I**

  
**Dr. Rukiah, SE., M.Si**  
**NIP. 197603242006042002**

*Ace hasil.  
lanjut sidang  
20-09-24.*

**PEMBIMBING II**

  
**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 199305242020122005**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI  
HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

Hal : Skripsi

Padangsidimpuan, September 2024

a.n. **Raihan Annisa**

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad  
Addary Padangsidimpuan

di-

Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Raihan Annisa yang berjudul **“Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko MR.DIY Padangsidimpuan”**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**



**Dr. Ruklah, SE., M.Si**  
**NIP. 197603242006042002**

**PEMBIMBING II**



**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 199305242020122005**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **RAIHAN ANNISA**  
NIM : 20 402 00031  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko MR.DIY Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan pasal 14 ayat 12 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 3 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 20 September 2024

Saya yang Menyatakan,


**RAIHAN ANNISA**  
**NIM. 20 402 00031**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : RAIHAN ANNISA  
NIM : 20 402 00031  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko MR.DIY Padangsidimpuan”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan  
Pada tanggal : 20 September 2024  
yang menyatakan,



*Raihan Annisa*

**RAIHAN ANNISA  
NIM. 20 402 00031**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733

Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Website: [www.uinsyahada.co.id](http://www.uinsyahada.co.id)

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Nama : Raihan Annisa**  
**NIM : 20 402 00031**  
**Program Studi : Ekonomi Syariah**  
**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko MR.DIY Padangsidimpuan**

**Ketua**

**Sekretaris**

  
**Sarmiana Batubara, M.A.**  
**NIDN. 2127038601**

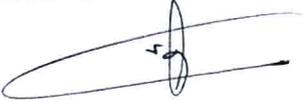
  
**Nofinawati, M.A.**  
**NIDN. 2016118202**

**Anggota**

  
**Sarmiana Batubara, M.A.**  
**NIDN. 2127038601**

  
**Nofinawati, M.A.**  
**NIDN. 2016118202**

  
**Zulaika Matondang, M.Si.**  
**NIDN. 2017058302**

  
**Sry Lestari, M.E.I**  
**NIDN. 2005058902**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di : Padangsidimpuan**  
**Hari/Tanggal : Kamis/ 10 Oktober 2024**  
**Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai**  
**Hasil/Nilai : Lulus/ 75,50 (B)**  
**Indeks Predikat Kumulatif : 3,59**  
**Predikat : Sangat Memuaskan**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA TOKO MR.DIY  
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : RAIHAN ANNISA  
NIM : 2040200031**

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, Oktober 2024

Dekan,



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama : RAIHAN ANNISA**  
**NIM : 20 402 00031**  
**Judul : Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko MR.DIY Padangsidempuan**

Persaingan di antara perusahaan ritel dan barang konsumsi saat ini sangat ketat karena era globalisasi telah mendorong peningkatan pesat dalam persaingan bisnis. Perusahaan yang ingin tumbuh dan mengungguli dalam persaingan harus menawarkan harga yang kompetitif, beragam varian produk, dan layanan berkualitas tinggi. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan jangka panjang sebuah bisnis. Toko MR.DIY Padangsidempuan merupakan bagian dari perusahaan ritel yang menawarkan beragam macam produk untuk memenuhi ekspektasi pelanggan guna mempertahankan daya saing pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan faktor yang sering menjadi pertimbangan utama bagi pelanggan dalam membuat keputusan pembelian. selain itu, variasi produk juga menciptakan pengalaman berbelanja yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik juga dianggap sebagai salah satu elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Analisis ini menggunakan variabel independen harga, variasi produk dan kualitas pelayanan dan variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden dan analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 23. Pengolahan data menggunakan SPSS 23 menunjukkan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Variasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : Harga, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

## ABSTRACT

**Name** : RAIHAN ANNISA  
**Reg. Number** : 20 402 00031  
**Thesis Title** : **The Effect of Price, Product Variety and Service Quality on Customer Satisfaction at MR.DIY Store Padangsidimpuan**

Competition among retail and consumer goods companies today is intense as the era of globalisation has driven a rapid increase in business competition. Companies that want to grow and outperform in the competition must offer competitive prices, diverse product variants, and high-quality services. Customer satisfaction is one of the main factors that determine the long-term success of a business. MR.DIY Padangsidimpuan store is part of a retail company that offers a wide variety of products to meet customer expectations in order to maintain market competitiveness. This study aims to determine the effect of price, product variety and service quality on customer satisfaction. Price is a factor that is often the main consideration for customers in making purchasing decisions. In addition, product variations also create a shopping experience that will increase customer satisfaction. Good service quality is also considered as one of the elements that affect customer satisfaction. This analysis uses the independent variables of price, product variety and service quality and the dependent variable is customer satisfaction. This research uses a quantitative approach using primary and secondary data sources. Data was collected through distributing questionnaires to 97 respondents and analysis was carried out using SPSS version 23. Data processing using SPSS 23 shows Price has an effect on Customer Satisfaction, Product Variety has an effect on Customer Satisfaction and Service Quality has no effect on Customer Satisfaction.

**Keywords:** Price, Product Variety, Service Quality, Customer Satisfaction

## ملخص البحث

الاسم : ربحان أنيسة  
رقم التسجيل : ٢٠٤٠٢٠٠٠٣١  
عنوان البحث : تأثير السعر وتنوع المنتجات وجودة الخدمة على رضا العملاء في متجر مستر دو  
إت إت يور يور يور بادانجسيديمبوان

تشهد المنافسة بين شركات البيع بالتجزئة والسلع الاستهلاكية اليوم حيث أدى عصر العولمة إلى زيادة سريعة في المنافسة التجارية. ويجب على الشركات التي ترغب في النمو والتفوق في المنافسة أن تقدم أسعارًا تنافسية ومنتجات متنوعة وخدمات عالية الجودة. رضا العملاء هو أحد العوامل الرئيسية التي تحدد نجاح الأعمال التجارية على المدى الطويل. يعد متجر بادانجسيديمبوان مستر دو إت بنفسك جزءًا من شركة بيع بالتجزئة تقدم مجموعة واسعة من المنتجات لتلبية توقعات العملاء من أجل الحفاظ على القدرة التنافسية في السوق. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير السعر وتنوع المنتجات وجودة الخدمة على رضا العملاء. فالسعر هو العامل الذي غالبًا ما يكون هو الاعتبار الرئيسي للعملاء في اتخاذ قرارات الشراء، بالإضافة إلى أن تنوع المنتجات يخلق أيضًا تجربة تسوق تزيد من رضا العملاء. تعتبر جودة الخدمة الجيدة أيضًا أحد العناصر التي تؤثر على رضا العملاء. يستخدم هذا التحليل المتغيرات المستقلة المتمثلة في السعر وتنوع المنتجات وجودة الخدمة والمتغير التابع هو رضا العملاء. يستخدم هذا البحث منهجًا كميًا باستخدام مصادر البيانات الأولية والثانوية. وقد تم جمع البيانات من خلال توزيع استبيانات على ٩٧ مستجيبًا وتم إجراء التحليل باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار ٢٣. وتظهر معالجة البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار ٢٣ أن السعر له تأثير على رضا العملاء، وتنوع المنتجات له تأثير على رضا العملاء، وجودة الخدمة ليس لها تأثير على رضا العملاء.

الكلمات المفتاحية السعر، تنوع المنتجات، جودة الخدمة، رضا العملاء، جودة الخدمة، رضا العملاء

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh*

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT pencipta alam semesta peneliti panjatkan kehadirat-Nya, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Semoga sholawat dan salam senantiasa tercurah pada Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang senantiasa istiqomah untuk mencari ridho-Nya hingga di akhir zaman.

Skripsi ini berjudul: **“pengaruh harga, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko MR.DIY Padangsidempuan”**, sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Tidak terlepas dari berkat bantuan dan motivasi yang tidak ternilai dari berbagai pihak, akhirnya Skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan Skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr.H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Bapak Dr.Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr.Anhar,MA., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum

Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. Ikhawanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Dr. Rukiah, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Indah Permatasari Siregar, M.Si selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan serta petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam upaya penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan dan seluruh pegawai Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang

telah membantu peneliti dalam mengadakan buku-buku penunjang untuk menyelesaikan Skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen, Staf dan Pegawai, serta seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan dukungan moral kepada peneliti selama dalam perkuliahan.
7. Ayah dan Ibu tercinta, Muhammad Baqi Billahi dan Asmidar, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, sehingga penulis merasa terdukung di segala pilihan dan keputusan penulis, serta tanpa lelah menjadi penyemangat penulis hingga dititik ini, semoga Allah memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figur orangtua terbaik bagi penulis.
8. Kepada saudara saya Mardatillah Baqi, Mardhiyah Afifah, Nida Amalia, Arina Alhaq, Hasbi Billahi, Hana Humaira Billahi terimakasih atas motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Kepada keponakan saya Azizan Hibatillah Pardede dan Ubaid Nohan Pardede, terimakasih atas kelucuan dan kekacauan yang membuat penulis lebih semangat untuk menyelesaikan skripsi yang sering tertunda-tunda ini.

10. Teruntuk Azwar Appandi, terimakasih karena telah banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, meluangkan banyak tenaga, waktu maupun materi dan selalu mendengarkan keluh kesah peneliti.
11. Teruntuk sahabatku Meliana Fitri, Adelianna Rahmawati, Sri Meylinda, terimakasih telah menjadi partner dalam segala apapun, berperan banyak memberikan pengalaman dan semangat selama di bangku kuliah, *see you on top guys*.
12. Raihan Annisa, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.
- Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga Skripsi ini bermanfaat, khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi para pembacanya serta dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas pendidikan. Amin ya robbal alamin.

***Wassalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh***

Padangsidempuan, September 2024

Peneliti

**Raihan Annisa**  
**NIM. 20 402 00031**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

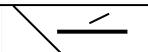
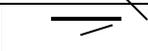
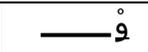
Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dam mah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... ..ā ...ي...ā	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ي...ī	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...و...ū	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

1. Ta marbutah hidup yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. Ta marbutah mati yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini

tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

#### **E. Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan

maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **H. Huruf Capital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>BERITA ACARA MUNAQASYAH</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan masalah.....	8
D. Defenisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan masalah.....	9
F. Tujuan penelitian.....	10
G. Manfaat penelitian.....	10

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kerangka Teori .....	12
1. Kepuasan Pelanggan .....	12
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	12
b. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
c. Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam .....	14
2. Harga.....	18
a. Pengertian Harga.....	18
b. Indikator Harga .....	20
c. Harga Menurut Perspektif Islam .....	21
3. Variasi Produk.....	23
a. Pengertian Variasi Produk.....	23
b. Indikator Variasi Produk.....	25
c. Variasi Produk dalam Perspektif Islam.....	27

4. Kualitas pelayanan .....	27
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	27
b. Indikator Kualitas pelayanan.....	29
c. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	30
d. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam .....	32
B. Penelitian terdahulu .....	34
C. Kerangka pikir .....	38
D. Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan waktu penelitian.....	41
B. Jenis penelitian .....	41
C. Populasi dan sampel.....	41
D. Sumber data.....	43
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Uji Instrumen (Validitas Dan Reliabilitas) .....	46
G. Teknik Analisis Data.....	47
1. Analisis deskriptif .....	47
2. Uji asumsi klasik.....	48
a. Uji normalitas.....	48
b. Uji multikolinearitas.....	48
c. Uji heteroskedastisitas.....	49
3. Analisis regresi linear berganda .....	49
4. Uji hipotesis .....	50
a. Uji parsial ( Uji t) .....	50
b. Uji simultan (Uji F).....	50
5. Koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	74
B. Deskripsi Data Penelitian.....	76
C. Analisis Hasil Penelitian .....	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	90

E. Keterbatasan Penelitian.....	95
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	96
B. Implikasi Hasil Penelitian .....	97
C. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah pengunjung MR.DIY Padangsidempuan .....	4
Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel.....	8
Tabel II.1 Penelitian terdahulu.....	34
Tabel III.1 Skala likert .....	44
Tabel III. 2 Kisi-Kisi Angket .....	45
Tabel IV. 1 Struktur Organisasi Toko MR.DIY Padangsidempuan.....	53
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	54
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur .....	55
Tabel IV. 4 Hasil uji validitas Harga (X1).....	56
Tabel IV. 5 Hasil uji validitas Variasi Produk (X2).....	57
Tabel IV. 6 Hasil uji validitas Kualitas Pelayanan (X3).....	58
Tabel IV. 7 Hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....	58
Tabel IV. 8 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1) .....	59
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variasi Produk (X2).....	60
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3) .....	60
Tabel IV. 11 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	61
Tabel IV. 12 Hasil statistik Deskriptif .....	61
Tabel IV. 13 Hasil uji Normalitas .....	62
Tabel IV. 14 Hasil uji Multikolinearitas .....	63
Tabel IV. 15 Hasil uji Heteroskedastisitas .....	64
Tabel IV. 16 Hasil uji Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel IV. 17 Hasil uji Signifikan Parsial (Uji t) .....	66
Tabel IV. 18 Hasil uji Signifikan Simultan (Uji F).....	67
Tabel IV. 19 Hasil uji Koefisien Determinasi (R2) .....	68

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

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

Persaingan di antara perusahaan ritel dan barang konsumsi saat ini sangat ketat karena era globalisasi telah mendorong peningkatan pesat dalam persaingan bisnis. Masyarakat saat ini memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi dalam memilih produk, membuat persaingan di antara produk sejenis semakin ketat. Mayoritas perusahaan ritel yang sedang berkembang saat ini adalah jenis perusahaan ritel modern. Peningkatan jumlah ritel modern ini dipicu oleh kebutuhan dan keinginan manusia yang semakin kompleks, termasuk Indonesia. Pertumbuhan tingkat konsumsi daya beli masyarakat yang semakin meningkat sejalan dengan pertumbuhan ekonomi.<sup>1</sup>

Perusahaan yang ingin tumbuh dan mengungguli dalam persaingan harus menawarkan harga yang kompetitif, beragam varian produk, dan layanan berkualitas tinggi. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen atau pelanggan, dengan harapan akan menghasilkan dampak positif dalam pengembangan perusahaan. Permintaan akan produk berkualitas tinggi, variasi yang beragam, harga yang terjangkau, serta layanan yang baik mendorong produsen dan pemasar untuk bersaing dalam memberikan nilai tambah yang kompetitif.

Harga menjadi faktor penting yang dipertimbangkan oleh konsumen saat mereka memutuskan untuk membeli sebuah produk. Harga mencakup sejumlah

---

<sup>1</sup> Rizka Rahmawati, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian' (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2020), hlm. 1.

nilai yang dibayarkan oleh konsumen sebagai imbalan dari manfaat yang mereka harapkan dari kepemilikan atau penggunaan barang atau layanan tertentu. Bagi sebagian besar konsumen, harga sering kali menjadi salah satu atribut yang digunakan untuk menilai sebuah produk. Karena alasan ini, harga memiliki peran utama sebagai faktor yang selalu diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk.<sup>2</sup>

Variasi produk melibatkan berbagai faktor yang luas. Ini tidak hanya terbatas pada jenis atau garis produk, tetapi juga mencakup beragam aspek seperti kualitas desain, bentuk, merek, kemasan, ukuran, layanan, jaminan, dan kebijakan pengembalian. Semua hal ini harus diperhatikan secara keseluruhan. Dengan demikian, semakin beragam produk yang dihasilkan, semakin banyak pula layanan yang dapat ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Variasi produk merupakan segmen khusus dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau karakteristik lainnya.

Pelayanan merupakan faktor penting dan nilai tambah bagi konsumen. Tingkat pelayanan memiliki potensi untuk mendorong konsumen melakukan pembelian secara berulang.<sup>3</sup> Ketika konsumen membuat keputusan pembelian, mereka seringkali mempertimbangkan beberapa faktor seperti harga, variasi produk, namun kepuasan mereka seringkali juga terkait erat dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi suatu

---

<sup>2</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Unitomo Press, 2019), hlm. 36.

<sup>3</sup> Tjitjih Dewiasih and Bonifasius, 'Peningkatan Niat Pembelian Ulang Dengan Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Di Ha-Ka Restoran : Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator', *Journal Of Tourism and Education*, 6 (2022), hlm. 3.

keharusan bagi perusahaan agar dapat bertahan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Perubahan dalam pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menekankan pentingnya bagi perusahaan untuk mampu menyediakan pelayanan yang berkualitas.

MR.DIY adalah sebuah perusahaan ritel yang membuka toko pertamanya di jalan Tuanku Abdul Rahman pada bulan Juli 2005. Saat ini, perusahaan tersebut telah berkembang pesat dan menjadi salah satu penyedia peralatan rumah terkemuka di Malaysia, Singapura, Brunei, Thailand, dan Kamboja. Sebagian besar toko MR.DIY memiliki luas sekitar 1000 meter persegi, memberikan pengalaman berbelanja keluarga yang nyaman berbeda dari tempat lain.

MR.DIY Padangsidempuan merupakan toko ke-290, terletak di Jl. Sudirman, Sigiring-giring, Padangsidempuan Utara. Menjual barang-barang urban sehari-hari seperti perkakas, alat rumah tangga, aksesoris, stationery, dan beragam barang unik lainnya.<sup>4</sup> Produk MR.DIY didesain dan diproduksi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Setiap produknya didesain untuk mempertahankan standar kualitas yang tinggi sambil tetap menawarkan harga yang terjangkau dengan prinsip perusahaan dengan motto “*ALWAYS LOW PRICES*”.<sup>5</sup>

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti dengan para pelanggan yang telah melakukan pembelian produk lebih dari satu kali di toko

---

<sup>4</sup> ‘Tentang Kami | MR.DIY Indonesia’ <<https://www.mrdiy.com/id/tentang-kami>> [accessed 6 December 2023].

<sup>5</sup> Ainin Atirah, ‘Exploiting Similarities as Internationalization Strategy: A Case of MR.DIY Successful Expansion into the Indonesian Market’, *Jurnal Hubungan Internasional*, 16 (2023), hlm. 109.

MR.DIY Padangsidimpuan yaitu harga yang ditetapkan sangat terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk, variasi produk yang banyak dan bervariasi yang membuat pengalaman berbelanja pelanggan lebih menyenangkan, dan pelayanan yang diberikan dari karyawan memuaskan sehingga membuat pelanggan menjadi puas saat berbelanja di toko MR.DIY Padangsidimpuan dan akan melakukan pembelian ulang.

Filosofi pemasaran berpandangan bahwa tujuan organisasi hanya bisa tercapai dengan efektif apabila konsumen puas dengan apa yang mereka dapatkan dari pengalaman konsumsi barang yang dibelinya. Konsumen yang puas berpotensi loyal terhadap merek, produsen, produk, toko dan penyedia jasa yang sama. Pelanggan tidak akan mudah tergoda untuk beralih ke merek lain atau produk lain yang hasil akhirnya adalah penjualan perusahaan akan bertumbuh dan pada gilirannya, dan tujuan perusahaan akan terwujud.<sup>6</sup>

Namun berdasarkan data yang didapatkan dari Toko MR.DIY Padangsidimpuan adanya penurunan pengunjung disetiap tahunnya.

**Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung MR.DIY Padangsidimpuan**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2022	126.000 orang
2	2023	93.164 orang
Total		219.164 orang

Sumber : Wawancara dengan Supervisor toko MR.DIY Padangsidimpuan

Berdasarkan data diatas, terlihat bahwa pada tahun 2022 jumlah pengunjung MR.DIY mencapai 126.000 orang. Namun, terjadi penurunan

---

<sup>6</sup> fandy Tjiptono And Anastasia Diana, *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Penerbit Andi, 2022), hlm. 114.

signifikan pada tahun 2023 dengan hanya 93.164 pengunjung.<sup>7</sup> Penurunan ini terjadi meskipun MR.DIY diketahui menawarkan harga yang kompetitif, variasi produk yang beragam, serta pelayanan yang dinilai cukup baik oleh pelanggan. Fenomena ini menimbulkan tanda tanya besar mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di toko tersebut.

Harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan merupakan tiga elemen penting yang biasanya menjadi pertimbangan utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Namun, meskipun ketiga faktor ini telah diupayakan dengan baik oleh MR.DIY, penurunan jumlah pengunjung masih terjadi. Hal ini menunjukkan adanya kemungkinan bahwa salah satu atau lebih dari faktor tersebut tidak sepenuhnya sesuai harapan atau kebutuhan pelanggan, atau terdapat faktor eksternal lain yang mempengaruhi kepuasan dan pada akhirnya berdampak pada keputusan mereka untuk berkunjung kembali.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *research gap* pada penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Budiarno, Ida Bagus Nyoman, Ambar Lukitaningsih dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Indomaret Point Colombo Yogyakarta) menyatakan kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak

---

<sup>7</sup> Surya Darma, Supervisor Toko Mr.Diy Padangsidempuan, wawancara (Padangsidempuan, 22 Januari 2024 Pukul 16.00 WIB)

signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>8</sup>

Penelitian Sinollah, Siti Magfirotul Wahidah, Nailatul Khoiriyah dengan judul Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone menyatakan kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>9</sup>

Penelitian Dea Alvionita Sari dan Dwi Ariani Mayasari dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar menyatakan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>10</sup>

Menurut penelitian Fachrul Alfajar, Mustainah, Muxakir Tawil, Jetty Jetje Polii dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>11</sup>

Pada penelitian Listya Wibawanti dengan judul Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Luwes

---

<sup>8</sup> budiarno, Ida Bagus, And Ambar Lukitaningsih, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan', 19.02 (2022), hlm. 226.

<sup>9</sup> Sinollah Sinollah, Siti Magfirotul Wahida, And Nailatul Khoiriyah, 'Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone', *Journal Islamic Business And Entrepreneurship*, 1.1 (2022), hlm 1.

<sup>10</sup> Dea Alvionita and Dwi Ariani, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4 (2022), hlm. 108.

<sup>11</sup> Fachrul Alfajar And Others, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu', *Cenderawasih: Journal Of Administration And Management Public Literation (Jamil)*, 1.1 (2021), Hlm 37.

Boyolali menyatakan bahwa variasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>12</sup>

Pada penelitian Annisa Yuniar, Wardi Ansyah, Dhea Editya, Vicky F Sanjaya Dengan Judul Pengaruh Varian Produk, Packaging Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Nuju Coffee) menyatakan bahwa varian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>13</sup>

Berdasarkan *research gap* yang telah diuraikan diatas, bahwa tidak adanya konsistensi dari hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh variabel harga, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Variasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko MR.DIY Kota Padangsidempuan.**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya penurunan jumlah pengunjung dan pelanggan meskipun harga yang terjangkau dan sesuai kualitas produk.
2. Variasi yang beragam sangat terjangkau namun jumlah pengunjung dan pelanggan disetiap tahunnya menurun.

---

<sup>12</sup> Listya Wibawanti, ‘Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Luwes Boyolali’ (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022), Hlm.76.

<sup>13</sup> Annis Yuniar Sabilla And Others, ‘Pengaruh Varian Produk, Packaging, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan’, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2.2 (2023) hlm 167.

3. Kualitas pelayanan yang baik tidak mampu mencegah penurunan jumlah pengunjung dan pelanggan.

### C. Batasan Masalah

Pada dasarnya setiap penelitian memiliki batasan masalah, hal tersebut bertujuan untuk memberikan ruang lingkup yang jelas sehingga akan memberikan hasil yang pasti. Penelitian ini akan dibatasi pada satu variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), yang dilakukan melalui variabel bebas terdiri dari Harga (X<sub>1</sub>), Variasi Produk (X<sub>2</sub>) dan Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>). Sedangkan objek penelitian yang digunakan adalah pelanggan yang membeli di toko MR.DIY Padangsidempuan.

### D. Defenisi Operasional Variabel

**Tabel 1.2 Defenisi Operasional Variabel**

Jenis Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Harga (X <sub>1</sub> )	Uang yang dibayarkan atas suatu produk atau jasa atau nilai yang dipertukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan dalam penggunaan produk atau jasa tersebut. <sup>14</sup>	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
Variasi produk (X <sub>2</sub> )	Produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan ragam jenis dan desain yang berbeda. <sup>15</sup>	1. Ukuran produk yang beragam 2. Jenis produk yang beragam 3. Bahan produk yang beragam	Ordinal

<sup>14</sup> Nadila Rismaeka and Susanto, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Kitchen Cafe', *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19 (2021), hlm. 270 .

<sup>15</sup> Ichsanudin and Hery Purnomo, *Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek* (Media Sains Indonesia, 2021), p. 143.

		4. Desain produk yang beragam 5. Kualitas produk yang beragam	
Kualitas Pelayanan (X3)	Suatu penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan atas produk atau jasa yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan. <sup>16</sup>	1. Kehandalan 2. Ketanggapan 3. Jaminan 4. Empati 5. Berwujud	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (Y)	Suatu hasil dari perbandingan antara terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa. <sup>17</sup>	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	Ordinal

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan?
2. Apakah terdapat pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan?
4. Apakah terdapat pengaruh harga, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan?

<sup>16</sup> Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian: Konsep Dan Teori* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021), hlm. 2.

<sup>17</sup> Chinvia, Johny, and Aneke, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado', 2 (2021), hlm. 2.

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, variasi produk dan kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Kota Padangsidempuan.

## **G. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan berupa tambahan ilmu pengetahuan tentang Pengaruh Harga, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada toko MR.DIY kota Padangsidempuan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan dan menjadi bahan referensi dalam meningkatkan penjualan.

### 3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak kampus sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam serta sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

### 4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam membuat keputusan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

###### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan merupakan respons dari konsumen ketika kebutuhan mereka terpenuhi. Ini menunjukkan evaluasi bahwa sebuah produk atau layanan, maupun produk atau layanan itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terhubung dengan memenuhi kebutuhan. Situasi ketika kebutuhan pelanggan terpenuhi di bawah harapan mereka atau bahkan melebihi harapan yang mereka miliki.<sup>1</sup>

Menurut Oliver dalam buku Fandy Tjiptono kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (hasil produk) yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka pelanggan akan merasa sangat puas bahkan bahagia.<sup>2</sup>

Seseorang yang merasakan kepuasan dalam mengonsumsi suatu produk, maka akan menikmati transaksi, memiliki suasana hati yang

---

<sup>1</sup> Indri Kartini Tampanguma, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado', *Productivity*, 3 (2022), hlm. 8.

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono and Anastasia Diana, *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Penerbit Andi, 2022), hlm. 121–122.

senang, menjadi pengalaman yang menyenangkan, puas dalam bertransaksi, serta merasakan bahwa transaksi yang dilakukan merupakan pilihan yang tepat.<sup>3</sup>

#### b. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan indikator atau alat pengukuran untuk menganalisis karakteristik dari tingkat kepuasan mereka. Menurut Indrasari bahwa indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut<sup>4</sup> :

##### 1) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan mengacu pada seberapa baik produk memenuhi harapan konsumen memberikan pengalaman atau kepuasan yang sesuai dengan yang diharapkan setelah produk tersebut digunakan. Keberhasilan produk dalam memenuhi atau melebihi harapan konsumen dapat signifikan meningkatkan kepuasan keseluruhan.

##### 2) Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali mencerminkan seberapa tertariknya konsumen untuk melakukan pembelian ulang produk yang sudah mereka gunakan. Konsumen yang merasa puas cenderung lebih mungkin untuk kembali dan menjadi pelanggan setia, sehingga minat berkunjung kembali merupakan strategi penting dalam

---

<sup>3</sup> Chandra Warsito, *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami* (Stain Press, 2021), hlm. 37.

<sup>4</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, hlm. 92.

mempertahankan pelanggan yang loyal dan meningkatkan retensi pelanggan dalam jangka panjang.

### 3) Kesiapan Merekomendasikan

Menunjukkan seberapa inginnya konsumen untuk memberikan ulasan positif atau rekomendasi kepada orang lain tentang produk atau layanan yang telah mereka gunakan. Kesiapan untuk merekomendasikan juga mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan yang menyediakan produk atau layanan tersebut.

Kepuasan pelanggan terjadi setelah mereka membandingkan pengalaman mereka saat membeli produk atau layanan dari penjual dengan ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya.<sup>5</sup> Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman awal mereka dalam bertransaksi, pandangan yang mereka dengar dari rekan atau kenalan, serta melalui janji dan informasi dari pemasar dan pesaing. Bagi pemasar yang ingin bersaing secara superior, penting untuk memperhatikan harapan konsumen dan memenuhi tingkat kepuasan mereka.

#### c. Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Dalam konteks islam, standar untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan adalah berdasarkan pada prinsip syariah. Kepuasan pelanggan menurut pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah terhadap produk atau layanan

---

<sup>5</sup> Johny Urbanus and Montgomery Warbal, 'Pengaruh Sikap Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, 4 (2023), hlm. 37.

dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan pelanggan bagian dari etika bisnis yang mengutamakan kejujuran, keadilan dan pelayanan yang baik.

Islam menganjurkan pelaku bisnis untuk menjaga kepercayaan pelanggan, memberikan produk dan layanan yang berkualitas, serta memastikan pelanggan mendapat manfaat yang sesuai dengan apa yang mereka bayar. Kepuasan pelanggan mencerminkan tanggung jawab moral, dimana penjual harus memenuhi janji dan berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik. Dengan demikian, menjaga kepuasan pelanggan adalah bentuk dari ibadah dan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat.

Untuk menilai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, perusahaan yang menyediakan barang atau jasa seharusnya meninjau kinerja perusahaannya terkait dengan:<sup>6</sup>

1) Sifat amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya.<sup>7</sup> Sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lisan dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya

---

<sup>6</sup> Eko Wahyuni, 'Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Melalui Penyelenggaraan', *Jurnal Kajian Hukum Islam*, 4 (2019), hlm. 184–92.

<sup>7</sup> Nadya Rachmi Wulandari, 'Amanah Dalam Al-Qur'an (Analisa Penafsiran Wahbah Az-Zuhaili Dalam Tafsir Al-Munîr Fî Al-Aqîdah Wa Al-Syarî'ah Wa Al-Manhaj)' (Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Institut Ilmu Al-Qur'an (Iiq) Jakarta), hlm. 6.

kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang tersebut.

## 2) Jujur

Berdagang dengan kejujuran sangat ditekankan dalam islam, terutama jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadist Mutafaq'alah dari Hakim Bin Hazm, dijelaskan bahwa penjual dan pembeli memiliki kebebasan dalam memilih selama transaksi belum selesai. Jika keduanya bertindak tidak jujur dan mengungkapkan kekurangan barang yang diperjual belikan, maka keduanya akan mendapat keberkahan atas transaksi tersebut.<sup>8</sup>

Kepuasan pelanggan berkaitan juga dengan konsumsi. Menurut Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, teori konsumsi adalah tentang pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang memberikan masalah/manfaat baik di dunia maupun akhirat bagi konsumen. Perilaku konsumen dalam islam menekankan pada konsep dasar bahwa manusia cenderung memilih barang dan jasa yang memberikan manfaat yang maksimal. Hal ini sesuai dengan rasionalitas dalam ekonomi islam bahwa setiap perilaku ekonomi berusaha untuk meningkatkan manfaat yang diperoleh dari konsumsi.<sup>9</sup>

Berkah akan diperoleh seseorang saat berhubungan langsung dengan seberapa sering mereka melakukan kegiatan konsumsi. Semakin sering

---

<sup>8</sup> Muhammad Nizar, 'Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Alqur'an', *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 2 (2017), hlm. 313.

<sup>9</sup> Anita Rahmawaty, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam* (Idea Press Yogyakarta, 2021), hlm. 90.

seseorang melakukan kegiatan yang bermaslahah, semakin besar pula berkah yang akan mereka terima. Semakin banyak barang halal yang dikonsumsi, semakin besar pula berkah yang diterima.

Islam memerintahkan bahwa perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Setiap kegiatan yang berbentuk belanja sehari-hari merupakan ibadah atas nama Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, tidak tamak, dan tidak berlebihan.<sup>10</sup>

Perilaku konsumsi dalam perspektif Islam mengajarkan tentang cara mengkonsumsi dengan benar sesuai ajaran Al-Qur'an maupun Hadist sehingga mampu memberikan petunjuk yang jelas tentang konsumsi, agar perilaku konsumsi manusia menjadi terarah. Seperti firman Allah dalam potongan surah Al-A'raf dalam Al-Qur'an yaitu:

يَبْنَٰى اَدَمَ خُدُوَا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوَا وَاَشْرَبُوَا وَلَا تُسْرِفُوَا  
اِنَّهٗ لَيُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

*Artinya:* “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada saat (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”(Q.S Al-A'raf 30:31)

Berdasarkan Tafsir Wajis, ayat diatas menjelaskan tentang Allah memerintahkan agar manusia memakai pakaian yang baik dalam beribadah, baik ketika shalat, tawaf, dan ibadah lainnya. Allah juga

---

<sup>10</sup> Ihdhi Aini, ‘Analisis Perilaku Konsumen Syariah Card’, *Jurnal Hukum Ekonomi*, 6 (2020), hlm. 253.

memerintahkan manusia untuk makan dan minum secukupnya tanpa berlebih-lebihan, karena Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan dalam hal apapun.<sup>11</sup>

## 2. Harga

### a. Pengertian Harga

Menurut Kasmir dalam buku Muspiha harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>12</sup> Harga merupakan uang yang dibayarkan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang dipertukarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau penggunaan produk atau jasa tersebut.<sup>13</sup> Sebagai elemen tunggal dalam bauran pemasaran, harga memiliki sifat fleksibel yang memungkinkannya untuk berubah sesuai dengan waktu dan lokasi kapan pun diperlukan.

Peran harga sangat penting dalam mencapai kesepakatan jual-beli antara konsumen dan produsen. Perusahaan perlu menetapkan harga secara cermat agar dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penetapan harga yang tepat akan memberikan keuntungan

---

<sup>11</sup> 'Surat Al-A'raf Ayat 31: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online' <<https://quran.nu.or.id/al-a'raf/31>> [accessed 29 July 2024].

<sup>12</sup> Muspiha, *Platform Digital : Harga, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan* (Rena Cipta Mandiri, 2023), hlm. 8.

<sup>13</sup> Nadila Rismaeka and Susanto, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Kitchen Cafe', *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19 (2021), hlm. 270.

bagi perusahaan karena minat konsumen akan tertuju pada produk perusahaan. Ada lima tujuan utama dalam penetapan harga, antara lain<sup>14</sup>:

- 1) Fokus pada profitabilitas, dimana setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan.
- 2) Fokus pada volume, yang berarti penetapan harga yang terkait dengan mencapai tingkat volume penjualan tertentu.
- 3) Fokus pada citra perusahaan, dimana citra perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga.
- 4) Stabilisasi harga, yaitu menetapkan harga dengan tujuan menjaga hubungan yang stabil antara perusahaan dengan harga pasar yang dipimpin.
- 5) Untuk tujuan lainnya, yang meliputi penetapan harga dengan maksud untuk mencegah persaingan, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan berulang, atau menghindari intervensi pemerintah.

Harga jual pada hakikatnya merupakan suatu tawaran kepada calon pembeli. Jika pembeli menerima harga tersebut ketika hendak membeli, produk tersebut akan terjual, namun jika pembeli menolaknya, perlu dipertimbangan ulang mengenai harga jualnya. Kemungkinan besar, pembeli dapat merasa tidak cocok setelah pembelian karena mungkin harga dianggap terlalu tinggi atau tidak sesuai dengan harapan mereka

---

<sup>14</sup> Suwitho, *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya: Sebuah Monograf Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran* (Jawa Tengah: CV Pena Persada, 2022), hlm. 16.

sebelumnya. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat dalam menetapkan harga agar sesuai dengan ekspektasi konsumen.<sup>15</sup>

Menentukan harga dengan bijak memiliki peranan penting dalam menarik minat konsumen.<sup>16</sup> Harga yang cocok adalah harga yang sepadan dengan mutu barang yang ditawarkan dan mampu memenuhi keinginan konsumen. Para pemasar berupaya mencapai tujuan khusus dengan merancang komponen-komponen penetapan harga.

#### b. Indikator Harga

Indikator adalah suatu alat ukur dalam menetapkan harga yang sesuai sehingga produk tersebut diminati oleh konsumen.<sup>17</sup> Ukuran tersebut menjadi acuan utama dalam menentukan nilai suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong, terdapat empat faktor yang menjadi acuan dalam menetapkan harga suatu produk, yaitu :<sup>18</sup>

##### 1) Keterjangkauan harga.

Banyaknya konsumen yang menyukai salah satu produk disebabkan oleh manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut, sekaligus dengan harga yang dapat dijangkau sesuai dengan kemampuan finansial konsumen.

---

<sup>15</sup> Lailatus Sa'adah, *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen* (Tambak Beras Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), hlm. 6–7 .

<sup>16</sup> Abimanyu Bayu Pamungkas, 'Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Alfamidi Raya Ketintang Surabaya' (2023).

<sup>17</sup> Ridho Saputra, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru' (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020), hlm. 23.

<sup>18</sup> Philip Kotler and Gery Amstrong, *Prinsip Prinsip Pemasaran*, 12 Jilid 1, hlm. 278.

2) Kesesuaian antara nilai dan kualitas.

Harga yang dikenakan pada produk tidak selalu mencerminkan nilai sebenarnya yang diperoleh. Konsumen cenderung menyukai produk tertentu karena harga yang dipatok sebanding dengan manfaat yang mereka terima.

3) Daya saing harga.

Persaingan harga di pasar sangat ketat, sehingga penjual berupaya menetapkan harga yang minimal untuk produk tertentu agar konsumen tidak tertipu oleh perbandingan harga dengan produk sejenis.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Kesesuaian harga dengan manfaat merujuk pada kondisi dimana harga suatu barang atau jasa sebanding dengan manfaat atau nilai yang diperoleh dari barang atau jasa tersebut. Artinya, harga yang dibayar oleh pelanggan harus mencerminkan kualitas, kegunaan, dan manfaat yang diterima.

c. Harga Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Harga memegang peranan penting dalam ranah pemasaran dan penjualan. Dalam Islam, terdapat kebebasan dalam menentukan harga barang dalam transaksi jual beli, dengan syarat tidak ada larangan yang ditetapkan selama harga tersebut disepakati secara adil dan atas kesepakatan bersama antara penjual dan pembeli.

Menurut Ibnu Taimiyah naik dan turun harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik dan begitu pula sebaliknya.<sup>19</sup>

Terbentuknya harga tergantung pada kepuasan yang diinginkan oleh produsen maupun konsumen. Dalam ajaran islam, konsumen didorong untuk tidak mengejar kepuasan yang berlebihan, mengikuti prinsip hidup sesuai dengan ajaran agama agar konsumsi tidak berlebihan. Ini berarti bahwa permintaan seseorang terhadap suatu barang dipengaruhi oleh harga itu sendiri, pendapatan, preferensi, dan harga barang lainnya.<sup>20</sup> Dalam konteks ini, seorang pelanggan muslim yang memahami ajaran cenderung lebih hemat dalam konsumsi dibandingkan dengan pola permintaan konvensional.

Dalam Islam pertemuan antara permintaan dan penawaran harus sesuai dengan prinsip rela sama rela, suka sama suka, dan tidak ada pihak yang terpaksa. Islam melarang adanya riba, gharar, maysir karena perbuatan yang hanya menguntungkan satu pihak dan ini merupakan

---

<sup>19</sup> Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Makro Islam*, Edisi Ketiga (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2011) hlm. 114)

<sup>20</sup> Seraficha Gischa, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Suatu Barang Halaman All - Kompas.Com', 2022, [accessed 5 December 2023].

suatu kezoliman yang dikecam oleh Islam.<sup>21</sup> Seperti firman Allah pada QS. Al-Baqarah ayat 279:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ  
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba) maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.

Tafsir Al-Muyassar menjelaskan ayat ini tentang Allah melarang melakukan riba. Jika seseorang melakukan praktek riba maka akan ada perang dari Allah dan Rasul-Nya terhadap si pemakan riba. Jika seseorang kembali kepada Allah dan meninggalkan kebiasaan mengambil riba maka masih tetap berhak atas modal yang dipinjam. Tidak boleh menzalimi seseorang dengan memungut tambahan (bunga) atas modal seseorang dan juga tidak bisa menzalimi dengan dikurang modal seseorang.<sup>22</sup>

### 3. Variasi Produk

#### a. Pengertian Variasi Produk

Menurut Kotler pada buku Meithiana Indrasari bahwa variasi produk adalah pengembangan dari suatu produk sehingga menghasilkan bermacam-macam pilihan. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan

<sup>21</sup> Bambang Iswanto, *Pengantar Ekonomi Islam* (Rajagrafindo Persada, 2022), hlm. 94.

<sup>22</sup> ‘Surat Al-Baqarah Ayat 279 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb’ <<https://tafsirweb.com/1045-surat-al-baqarah-ayat-279.html>> [accessed 17 October 2024].

produk dan barang yang dijual, macam merk yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual.<sup>23</sup>

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan tidak cukup hanya memenuhi satu aspek saja, setiap produk harus memiliki beragam variasi, seperti bentuk, ukuran, warna, dan rasa. Pentingnya variasi produk tidak terbatas pada karakteristik fisiknya saja, melainkan juga meliputi segala atribut yang melekat pada produk tersebut yang tidak boleh diabaikan.

Produk adalah sesuatu yang bisa ditawarkan untuk diperhatikan, digunakan, dimiliki, atau dikonsumsi guna memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua hasil dari proses produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat dan dapat dikonsumsi.

Variasi produk merupakan produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan ragam jenis dan desain yang berbeda. Dari keterangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa perusahaan tidak hanya menghasilkan satu jenis produk, melainkan juga beragam jenis barang dengan desain yang bervariasi.

Keberadaan variasi produk menjadi sangat penting bagi pembeli karena memungkinkan mereka untuk membandingkan, membedakan, serta memilih di antara beragam barang guna memenuhi kebutuhan individual mereka. Ketika ada banyak pilihan produk dengan jumlah dan

---

<sup>23</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Unitomo Press, 2019), hlm. 31.

jenis yang beragam di satu tempat, konsumen cenderung merasa puas dan lebih condong untuk membeli produk tanpa perlu mencari produk lain.<sup>24</sup>

Variasi produk tidak hanya terbatas pada beragamnya jenis dan tipe produk yang ada, tetapi juga mencakup karakteristik unik dari suatu produk, Seperti dimensinya, harganya, penampilannya, dan atribut-atributnya. Variasi inilah yang membedakan satu produk dari yang lain, memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini memunculkan keinginan untuk melakukan pembelian karena adanya pilihan yang beragam dan sesuai dengan kebutuhan.

Ketersediaan variasi produk menjadi aspek yang sangat penting bagi perusahaan ritel. Mereka perlu menawarkan beragam pilihan produk agar konsumen memiliki keleluasaan dalam memilih barang yang mereka inginkan. Selain itu, hal ini juga memberi kesempatan kepada konsumen untuk melakukan perbandingan antara satu produk dengan produk lainnya.<sup>25</sup>

#### b. Indikator Variasi Produk

Kotler dan Keller menyatakan bahwa variasi produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan memiliki cakupan yang tedefenisi dalam lebar,

---

<sup>24</sup> Wahyuni Desi, 'Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Suzuya Mall Kota Banda Aceh' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020), hlm. 17.

<sup>25</sup> Adek Siti Ermawati and Sutopo, 'Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ramai Semarang', *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 27 (2021), hlm. 19.

panjang, kedalaman, dan konsisten tertentu.<sup>26</sup> Mereka mengilustrasikan konsep ini sebagai berikut:

- 1) Lebar, mengacu pada jumlah beragam jenis produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.
- 2) Kedalaman, mengacu pada total jumlah barang yang terdapat dalam kumpulan produk tersebut.
- 3) Keluasan, mengacu pada banyaknya jenis barang yang ditawarkan dalam setiap produk.
- 4) Konsistensi bauran produk, menunjukkan seberapa dekatnya hubungan antara berbagai jenis produk dalam penggunaan akhir, proses produksi, jalur distribusi dan elemen-elemen yang terkait.

Berdasarkan Benson dalam bukunya yang berjudul pemasaran dan kepuasan pelanggan, menyatakan bahwa indikator variasi produk adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- 1) Ukuran produk yang beragam
- 2) Jenis produk yang beragam
- 3) Bahan produk yang beragam
- 4) Desain produk yang beragam
- 5) Kualitas produk yang beragam

---

<sup>26</sup> Le Christy Putri, Altje Tumbel, and Yunita Madangie, 'Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Dan Kopi Chamar Kawangkoan', *Jurnal Emba*, 10 (2022), hlm. 225.

<sup>27</sup> Meithana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 32.

### c. Variasi Produk Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Variasi produk dalam perspektif ekonomi islam melibatkan konsep keanekaragaman dan keberagaman barang dan jasa yang diproduksi dan ditawarkan di pasar. dalam pandangan ini, produk-produk tersebut haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam yang mendorong keadilan, kebaikan umum, dan menghindari segala bentuk transaksi yang melanggar nilai-nilai agama. Islam mengajarkan bahwa produk-produk yang dihasilkan harus bermanfaat bagi masyarakat dan tidak membawa mudarat (kerugian).<sup>28</sup>

Variasi produk sebaiknya memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, keadilan dalam harga, serta memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari tanpa menimbulkan ketidakseimbangan ekonomi atau sosial. Prinsip-prinsip ini mempengaruhi berbagai aspek dalam pembuatan dan penawaran produk, termasuk kualitas, keberlanjutan, serta dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh produk tersebut. Dengan demikian, dalam ekonomi islam, variasi produk dilihat sebagai alat untuk memajukan kesejahteraan umat dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara adil dan berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai islam.

## 4. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuan untuk memenuhi

---

<sup>28</sup> Alfiani Usman, 'Konsep Etika Bisnis Islam Menurut Muhammad Djakfar', *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri Parepare, Februari), hlm. 9.

kebutuhan yang diungkapkan atau tersirat. Dalam konteks ini, dapat dikatakan bahwa penjual telah berhasil memberikan kualitas ketika produk atau layanan memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.<sup>29</sup>

Jasa atau layanan merupakan setiap bentuk tindakan atau kinerja yang bisa ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Meskipun jasa dapat terkait dengan produk fisik, namun bisa juga berdiri sendiri tanpa keterkaitan tersebut. Pada intinya, tujuan dari sebuah bisnis adalah menciptakan kepuasan bagi para pelanggan. Konsep mendasar dari layanan (jasa) atau kualitas suatu produk dapat dijelaskan sebagai pemenuhan yang dapat melampaui apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan, terkait ataupun tidak terkait dengan suatu produk fisik.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah tamah, adil, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Jadi, apabila kualitas dikelola dengan tepat, maka akan terwujud kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam perusahaan.<sup>30</sup>

Pelayanan menggambarkan tindakan yang dilakukan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna mencapai

---

<sup>29</sup> Shandy Widjoyo Putro, Hatane Samuel, And Brahmna, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2, hlm. 2.

<sup>30</sup> Muhammad Isa, Aswadi Lubis, and Marlina Caniago, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2 (2019), hlm. 167.

kepuasan bagi konsumen itu sendiri. Perilaku ini dapat terjadi sebelum, selama, dan setelah terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen. Umumnya, pelayanan yang memiliki kualitas tinggi akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi juga, serta mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang yang lebih sering.

Penilaian terhadap kualitas pelayanan yang dapat dilakukan dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap layanan yang mereka terima dengan harapan atau keinginan yang sebenarnya terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Apabila layanan yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dianggap memuaskan. Jika layanan yang diterima melebihi harapan, maka kualitas pelayanan dianggap sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan kurang dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk.

#### b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller, terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang meliputi:<sup>31</sup>

- 1) Keandalan, yakni kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan, dipercaya, akurat dan konsisten.

---

<sup>31</sup> Fahtira Virdha Noor, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangganpt Herba Penawar Alwahida Indonesia', *Skripsi*, (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu Bengkulu, 2020), hlm. 19.

- 2) Ketanggapan, mencakup kemampuan memberikan layanan kepada pelanggan dengan cepat, serta mendengarkan dan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan sigap.
- 3) Jaminan, mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta kepercayaan yang dimiliki oleh karyawan.
- 4) Empati, merupakan upaya membelikan perhatian yang tulus serta secara individual atau personal kepada konsumen dengan berusaha memahami keinginan mereka.
- 5) Berwujud, melibatkan penampilan fasilitas fisik dan peralatan yang digunakan dalam memberikan layanan kepada konsumen.

#### c. Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang optimal pasti akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Sebab, layanan ini merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan, dan hal ini dapat menghasilkan sejumlah keuntungan bagi perusahaan, seperti:<sup>32</sup>

##### 1) Kesetiaan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terhadap layanan yang sangat baik dari perusahaan mungkin akan mendorong mereka untuk menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Felicia Arisanti And Gesti Memarista, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Customer Loyalty Melalui Price Fairness Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahkota Jaya Tuban', *Agora*, 6 (2018), hlm. 1.

<sup>33</sup> Yunita Sumual, Kalangi, and Danny, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos', *Productivity*, 2 (2021), hlm. 74.

## 2) Pelanggan Bisa Menjadi Media Iklan

Kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan dapat menghasilkan dampak positif, di mana pelanggan dapat menjadi sumber promosi gratis dengan membagikan pengalaman mereka kepada rekan atau tetangga mereka, sehingga memperluas pengetahuan tentang perusahaan.

## 3) Menjamin Kelangsungan Bisnis jangka Panjang

Kehadiran pelanggan tetap yang semakin bertambah dapat memberikan jaminan untuk kelangsungan bisnis jangka panjang, memastikan bahwa perusahaan tidak akan kesulitan mendapatkan pelanggan baru karena telah memiliki basis pelanggan yang stabil.

## 4) Tidak Mempermasalahkan Harga

Kepuasan pelanggan bukan hanya dari segi kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Layanan yang optimal mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan membuat mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

## 5) Kepuasan Pelanggan Terpenuhi

Kepuasan pelanggan bukan hanya dari segi kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Layanan yang optimal mampu memenuhi kebutuhan

pelanggan dan membuat mereka puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan.<sup>34</sup>

6) Peningkatan Reputasi Perusahaan

Jumlah pelanggan yang puas dan setia dapat meningkatkan reputasi perusahaan, membuat citra perusahaan semakin baik di mata seluruh pelanggan.

7) Keunggulan Dalam Persaingan Bisnis

Dengan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan baik dari sisi layanan maupun kualitas produk, perusahaan dapat menjadi unggul dalam persaingan bisnis karena telah berhasil mendapatkan kepercayaan dari pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lainnya.

d. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsi syariah. Agar sesuatu pelayanan yang ada di perusahaan harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.<sup>35</sup>

Kualitas pelayanan dalam konteks islam dilihat dari standar yang dijadikan sebagai ukuran evaluasi. Islam mengamanatkan kepada

---

<sup>34</sup> Suaiban, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Dan Kepercayaan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Mahasiswa Febi Uin Syahada Padangsidempuan', *Skripsi*, (Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2023), hlm. 17.

<sup>35</sup> Nurhadi, 'Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah' (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, hlm. 143-144

individu untuk selalu mengikuti hukum syariat dalam segala aktivitas dan penyelesaian masalah. Dalam jaran islam, tidak ada kebebasan mutlak dalam hal keyakinan atau pelaksanaan ibadah. Jika seseorang telah memeluk agama islam sebagai keyakinan, maka kewajiban baginya adalah mematuhi semua aturan syariah dan menjalankan ibadah kepada Allah SWT sesuai dengan tuntutan yang lebih ditetapkan.<sup>36</sup>

Pelanggan seperti raja, yang tidak boleh dikecewakan, tidak boleh dirugikan maka harus dilayani secara baik, seperti firman Allah dalam QS. Al-An'Am (6) ayat 160 :

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا<sup>ط</sup> وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَىٰ إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ

*Artinya* : “Barang siapa membawa amal yang baik, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya, dan barangsiapa yang membawa perbuatan jahat maka dia tidak diberi balasan melainkan seimbang dengan kejahatannya, sedan mereka sedikitpun tidak dianiaya (dirugikan)”

Tafsir ayat ini menunjukkan bahwa setiap amal yang baik yang dilakukan seseorang akan dilipatgandakan pahalanya hingga sepuluh kali lipat, sedangkan perbuatan buruknya akan diberi balasan sesuai dengan kadarnya tanpa ada tambahan hukuman yang tidak adil. Ayat ii

---

<sup>36</sup> Sunardi And Sri Handayani, ‘Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia’, *Islaminomic Jurnal*, hlm. 87.

menekankan keadilan Allah dalam memberikan balasan bagi setiap perbuatan manusia.

Jika dikaitkan dengan konsep kualitas pelayanan, terdapat nilai-nilai yang dapat diambil dari ayat ini. Dalam konteks pelayanan, memberikan pelayanan yang baik akan mendatangkan banyak keuntungan, baik secara langsung (kepuasan pelanggan) maupun tidak secara langsung (reputasi baik, loyalitas pelanggan dan pertumbuhan usaha). Sama seperti amal kebajikan yang dilipatgandakan, pelayanan yang berkualitas juga akan menghasilkan dampak positif yang lebih besar dari sekedar pelayanan yang diberikan.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel II.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Budiarno, Ida bagus Nyoman, Ambar Lukitaningsih. (Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi, 2022)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan
2	Sinollah, Siti Magfirotul Wahidah, Nailatul Khoiriyah (Journal of Islamic	Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap

	Business and Entrepreneurship, 2022)		kepuasan pelanggan, hanya kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3	Dea Alvionita Sari, Ariani Mayasari (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Bisnis, 2022)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar	Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4	Nita Felicia (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 2020)	Studi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI) Untuk Kategori Produk Food.	Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga, untuk secara parsial dan secara bersamaan, berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
5	Listya Wibawanti (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022)	Pengaruh Harga Produk, Variasi Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Luwes Boyolali	Hasil penelitian menunjukan harga produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Luwes Boyolali. Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Luwes Boyolali. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Luwes Boyolali.
6	Annis Yuniar, Wardi Ansyah, Dhea Editya, Vicky F Sanjaya (Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2023)	Pengaruh Varian Produk, Packaging, Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nuju Coffe).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara varian produk terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif

			dan tidak signifikan antara packaging terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
--	--	--	--

Dalam beberapa penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang sedang diteliti pada saat ini perbedaan dan persamaannya yaitu sebagai berikut:

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Budiarno, Ida Bagus Nyoman, dan Ambar Lukitaningsih adalah sama-sama membahas tentang variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan dan memiliki variabel  $X_1$  Kualitas pelayanan dan  $X_2$  Kepuasan Pelanggan, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel  $X_1$  Harga,  $X_2$  Variasi Produk, dan  $X_3$  Kualitas Pelayanan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Sinollah, Siti Magfirotul Wahidah, dan Nailatul Khoiriyah adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y adalah kepuasan Pelanggan dan memiliki variabel  $X_1$  Kualitas Produk, dan  $X_2$  Harga, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel  $X_1$  Harga,  $X_2$  Variasi Produk,  $X_3$  Kualitas Pelayanan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dea Alvionita Sari dan Dwi Ariani Mayasari adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan dan memiliki variabel  $X_1$  Harga,  $X_2$  Kualitas Pelayanan, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel  $X_1$  Harga,  $X_2$  Variasi Produk, dan  $X_3$  Kualitas Pelayanan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nita Felicia adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan dan memiliki variabel  $X_1$  Kualitas Produk,  $X_2$  Kualitas Pelayanan, dan  $X_3$  Harga, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel  $X_1$  Harga,  $X_2$  Variasi Produk, dan  $X_3$  Kualitas Pelayanan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Listya Wibawanti adalah sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan dan memiliki variabel  $X_1$  Harga,  $X_2$  Variasi Produk,  $X_3$  Kualitas Pelayanan pada kepuasan pelanggan di Luwes Boyolali, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian. Peneliti meneliti pada Kepuasan pelanggan di Toko MR.DIY Padangsidempuan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Annis Yuniar, Wardi Ansyah, Dhea Editya, dan Vicky F Sanjaya yaitu sama-sama meneliti tentang variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan dan memiliki variabel  $X_1$  Variasi Produk,  $X_2$  Packaging, dan  $X_3$  Kualitas, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel  $X_1$  Harga,  $X_2$  Variasi Produk,  $X_3$  Kualitas Pelayanan.

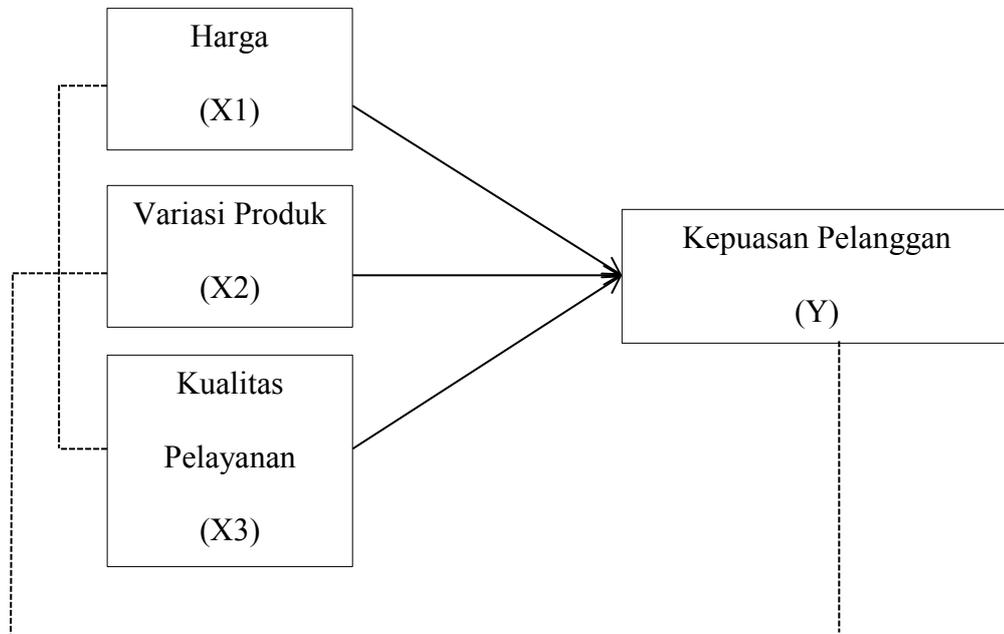
### **C. Kerangka Pikir**

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.<sup>37</sup> Sesuai dengan tujuan dan kajian teori yang sudah dibahas diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka pikir mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan.

---

<sup>37</sup> Annita Sari and others, *Dasar-Dasar Metode Penelitian* (Cv. Angkasa Pelangi, 2023), hlm. 71.

Dari uraian tersebut secara sistematis kerangka pikir teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan:

———— Parsial

----- Simultan

1. Menurut Dwi Septi Haryani bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena strategi harga yang tepat akan menciptakan nilai pelanggan yang tinggi dan kepuasan pelanggan pun dapat terwujud.<sup>38</sup>
2. Menurut penelitian Reni Anita dan Deny Edy bahwa variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena kelengkapan barang

<sup>38</sup> Dwi Septi Haryani, *Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Nilai Pelanggan* (Cv. Azka Pustaka, 2022), hlm. 8–9.

merupakan faktor penting untuk menarik pelanggan, semakin lengkap dan bervariasi produk maka semakin terpenuhi kepuasan pelanggan.<sup>39</sup>

3. Menurut Meithiana Indra bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena melalui pelayanan keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi, dan dengan adanya pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan.<sup>40</sup>

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks. Hipotesis juga merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris.<sup>41</sup>

Berdasarkan hipotesis diatas, maka dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H<sub>01</sub>: Tidak ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Padangsidempuan secara parsial.

H<sub>a1</sub>: Ada pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Padangsidempuan secara parsial.

H<sub>02</sub>: Tidak ada pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Padangsidempuan secara parsial.

H<sub>a2</sub>: Ada pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Padangsidempuan secara parsial.

---

<sup>39</sup> Reni Anita and Deny Edy, 'Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Mini Market Taqwa Mulia', *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2 (2022), hlm. 585.

<sup>40</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (2019), hlm. 57.

<sup>41</sup> Dodiet Aditya, *Hipotesis Dan Variabel Penelitian* (Cv. Tahta Media Group, 2021), hlm.

H<sub>03</sub>: Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Padangsidempuan secara parsial.

H<sub>a3</sub>: Ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Padangsidempuan secara parsial.

H<sub>04</sub>: Tidak terdapat Pengaruh Harga, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Kota Padangsidempuan secara simultan.

H<sub>a4</sub>: Ada Pengaruh Harga, Variasi Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko MR.DIY Kota Padangsidempuan secara simultan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti memilih Toko MR.DIY Padangsidempuan yang beralamat di Jln. Sudirman, Sigiring-giring, Padangsidempuan Utara, kode pos: 22711, Tlp.(021)30022789. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni 2023 sampai dengan Juli 2024.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini melakukan konfirmasi terhadap variable-variabel yaitu pengaruh harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan pada toko MR.DIY kota Padangsidempuan.

#### **C. Populasi Dan Sampel**

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

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu pada penelitian.<sup>1</sup> Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan akan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian dua kali di MR.DIY Padangsidempuan.

---

<sup>1</sup> Dameria Sinaga, *Buku Ajar Statistik Dasar* (Uki Press, 2014), hlm. 5.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel yang didasarkan pada orang yang ditemui oleh penulis dan cocok sebagai sumber data.

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pernah melakukan pembelian minimal dua kali di toko MR.DIY Padangsidempuan.
- b. Pelanggan dengan rentang usia 18-50 tahun.

Rumus ini digunakan untuk mengetahui jumlah sampel dari jumlah populasi yang telah diketahui. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow, dengan rumus sebagai berikut:<sup>2</sup>

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n= jumlah sampel

z= skor z pada tingkat kepercayaan 95%=1,95

p= maksimal estimasi

d= tingkat kesalahan

---

<sup>2</sup> Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Deepublish, 2020), hlm. 14.

Dari rumus diatas tersebut maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus lemeslow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$\text{Maka } n = \frac{1,95^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1} = \frac{0,9604}{0,1^2} = 96,04 = 97$$

Dengan rumus lemeshow yang digunakan di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 97 orang.

#### **D. Sumber Data**

##### 1. Data Primer

Data primer adalah bukti penulisan yang diperoleh dilapangan yang dilakukan secara langsung.<sup>3</sup> Berdasarkan penelitian diatas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data hasil yang diperoleh secara langsung melalui pengisian kuesioner oleh Pelanggan Toko MR.DIY Padangsidempuan.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan yang telah diolah lebih lanjut dan data yang bersifat siap pakai, baik itu dukumpul oleh suatu pihak, instansi atau data yang sudah dipublikasikan.

#### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut

---

<sup>3</sup> Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 67–68.

menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>4</sup> Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan bertanya jawab langsung kepada responden. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai pelanggan MR.DIY Padangsidempuan.

2. Angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data dari responden mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan pribadinya. Responden dalam penelitian ini adalah Pelanggan MR.DIY Padangsidempuan.

Instrumen penelitian ini yaitu dengan mengukur variabel Kepuasan Pelanggan (Y), harga (X1), Variasi Produk (X2) Kualitas Pelayanan (X3). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, dengan lima skala, dengan bobot nilai 1 sampai 5.

Bobot nilai instrument penelitian berdasarkan modifikasi skala likert untuk setiap variabel penelitian.

---

<sup>4</sup> Rukiah and others, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah', *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7 (2022), hlm. 375.

**Tabel III.1 Skala Likert**

Kategori Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun indikator terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket**

No	Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
1	Kepuasan Pelanggan(Y)	1. Kesesuaian harapan	1,2
		2. Minat berkunjung kembali	3,4
		3. Kesiediaan merekomendasikan	4,6
2	Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga	1,2
		2. Kesesuaian harga dngan kualitas produk	3,4
		3. Daya saing harga	5,6
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8
3	Variasi Produk (X2)	1. Ukuran produk yang beragam	1,2
		2. Jenis produk yang beragam	3,4
		3. Bahan produk yang beragam	5,6
		4. Desain produk yang beragam	7,8

		5. Kualitas produk yang beragam	9,10
4	Kualitas Pelayanan (X3)	1. Keandalan	1,2
		2. Ketanggapan	3,4
		3. Jaminan	5,6
		4. Empati	7,8
		5. Berwujud	9,10

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode yang digunakan dalam pengumpulan data dengan cara mengambil dokumen yang dianggap perlu.

## F. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat ukur atau sebuah instrument 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 dari ahli dapat menggunakan rumus person moment, kemudian setelah itu diuji dengan menggunakan uji t dan setelah itu baru dilihat dari penafsiran korelasinya.<sup>5</sup>

Menilai suatu ke validan suatu variabel dapat dilihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* dari masing-masing pertanyaan dengan rumus:

---

<sup>5</sup> Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Health Books Publishing, 2021), hlm. 12.

- a) Jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka pertanyaan berkorelasi signifikan (dinyatakan valid).
- b) Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka pertanyaan berkorelasi signifikan (dinyatakan tidak valid).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini uji reabilitas dilakukan dengan rumus *Croncbach Alpha*  $> 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut reliabel. Jika *Croncbach Alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur variable tersebut tidak reliable.<sup>7</sup>

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengambil data yang telah terkumpul sebagaimana adanya bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>8</sup> Maksimum digunakan yang

---

<sup>6</sup> Husein Umar, *Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi* (Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm. 113.

<sup>7</sup> Morisson, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 104

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 147.

berlaku mencari nilai tertinggi dan minimum digunakan untuk mencari nilai terendah dan *Mean* digunakan untuk mencari rata-rata.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik<sup>9</sup>. Uji normalitas biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Untuk uji normalitas, penelitian menggunakan teknik uji Kolmogorov-Sminov.

Ketentuan yang digunakan adalah jika  $\text{sig} > 0,1$  maka data berdistribusi normal dan jika nilai  $\text{sig} < 0,1$  maka data tidak berdistribusi normal dengan perhitungan bantuan program SPSS 23.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas<sup>10</sup>. Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  tidak terjadi multikolinieritas, namun jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  maka terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai VIF  $< 0,1$  maka tidak terjadimultikolinieritas terhadap data yang diuji. Namun, jika nilai VIF  $> 0,1$  maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

---

<sup>9</sup> Diah Wijayanti Sutha M.Kes S ST, *Biostatistika: Buku Ajar* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021), hlm. 75.

<sup>10</sup> 'Memahami Uji Multikolinearitas Dalam Model Regresi' <<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/>> [accessed 17 November 2023].

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan lain tetap, disebut homokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan dengan uji spearman's Rho adalah jika nilai sig 2-tailed > 0,1 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan jika nilai sig 2-tailed < 0,1 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>11</sup> Bentuk persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \dots\dots\dots (3.1)$$

$$KP = a + b_1 H + b_2 VP + b_3 KPL + e \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

KP : Kepuasan Pelanggan

a : Nilai Konstanta

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> b<sub>3</sub>: Koefisien Regresi Variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>

H : Harga

VP : Variasi Produk

---

<sup>11</sup> 'Memahami Analisis Regresi Linier Berganda' [accessed 18 November 2023 pukul 12.31 WIB].

KPL : Kualitas Pelayanan

$e$  : *Standart Error Term*

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (harga, variasi produk, kualitas pelayanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:<sup>12</sup>

- a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau maka  $H_0$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

#### b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen/bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat.

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > \alpha$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

---

<sup>12</sup> Duwi Prayitno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 161.

### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi yaitu nilai untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 29-30.

## **BAB 1V**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Toko MR.DIY Padangsidimpuan**

MR.DIY singkatan dari “*Mister Do It Yourself*” adalah perusahaan ritel terbesar di Asia Tenggara yang didirikan oleh kakak beradik Tan Yu Yeh dan Yu Wei. Memiliki slogan yang menarik dan terkenal yaitu “*Always Low Prices*” artinya harga selalu murah. Gerai pertama MR.DIY pertama kali buka di jalan Tuanku Abdul Rahman di Kuala Lumpur tahun 2005 dan mengalami perkembangan pesat hingga mengoperasikan lebih dari 1000 toko di Malaysia dan lebih dari 2.500 toko di 10 pasar Asia dan Eropa.

MR.DIY Padangsidimpuan didirikan pada 16 Oktober 2021 yang berlokasi di Jl. Sudirman, Sigiring-giring, Padangsidimpuan Utara. MR.DIY memiliki rata-rata luas ukuran toko 1.000 meter persegi, menjual 18.000 jenis produk dari berbagai kategori seperti peralatan rumah tangga, kebutuhan sekolah, otomotif, perkakas, elektronik dan juga kosmetik.

##### **2. Visi dan Misi Toko MR.DIY Padangsidimpuan**

###### **a. Visi**

Menjadi toko perlengkapan rumah terbesar di Asia.

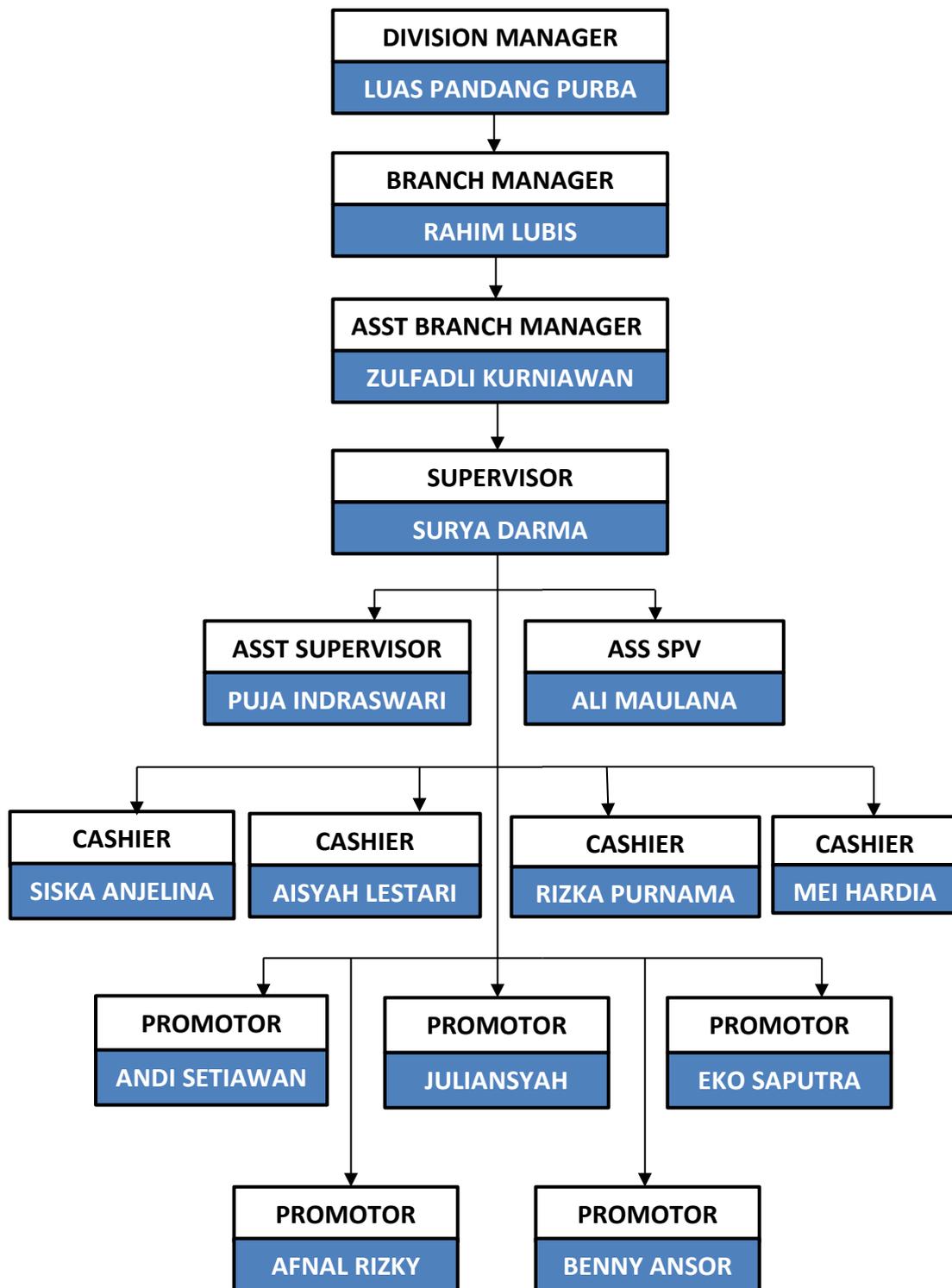
###### **b. Misi**

- 1) Menciptakan merek ritel ASEAN yang diakui secara internasional
- 2) Mempertahankan jenis produk, kualitas, dan bernilai.

3) Memegang teguh moto perusahaan kami “*Always Low Price*”

### 3. Struktur Organisasi Toko MR.DIY Padangsidimpuan

Tabel IV.1 Struktur Organisasi Toko MR.DIY Padangsidimpuan



## B. Deskripsi Data Penelitian

Hasil analisis karakteristik responden sebanyak 97 pelanggan MR.DIY Padangsidimpuan, terbagi menjadi kelompok jenis kelamin dan umur. Karakteristik tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap responden diperoleh dua kelompok jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	35	36%
2	Perempuan	62	64%

*Sumber: Data primer diolah, 2024*

Berdasarkan tabel IV.2 diatas maka dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini lebih banyak responden yang berjenis kelamin perempuan dengan frekuensi yaitu sebanyak 62 orang dan karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki yaitu 35 orang.

### 2. Umur

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap responden diperoleh dua kelompok umur, yaitu 18-20, 21-30, 31-40, 41-50. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Kelompok Umur	Jumlah	Persentase
1	18-20	29	30%
2	21-30	44	45%
3	31-40	16	16%
5	41-50	8	8%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel IV.3 diatas maka dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan umur pada penelitian ini lebih banyak responden berumur 20-30 tahun dengan frekuensi yaitu sebanyak 44 orang. Karakteristik berdasarkan umur 18-20 tahun dengan frekuensi yaitu sebanyak 29 orang, karakteristik berdasarkan umur 31-40 tahun dengan frekuensi yaitu sebanyak 16 orang dan karakteristik berdasarkan umur 41-50 tahun dengan frekuensi yaitu sebanyak 8 orang.

### C. Analisis Hasil Penelitian

#### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur yang di ukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{table}$ . Uji validitas yang dilakukan untuk menguji 8 pernyataan untuk harga, 10 pernyataan untuk variasi produk, 10 pernyataan untuk kualitas pelayanan, dan 6 pernyataan untuk kepuasan pelanggan. Hasil uji validitas dari penelitian ini yaitu:

a. Hasil Uji Validitas Harga ( $X_1$ )

Pengujian Validitas dilakukan pada 97 orang dengan tingkat signifikansi 10%, maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,1663 yaitu dari kedelapan item pernyataan variabel harga keseluruhan dinyatakan valid.

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Harga**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,594	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 97$ , pada taraf signifikan 10 % dengan nilai $r_{tabel}$ statistik, maka $r_{tabel}$ sebesar = 0,1663	Valid
2	0,635		Valid
3	0,382		Valid
4	0,618		Valid
5	0,773		Valid
6	0,499		Valid
7	0,773		Valid
8	0,316		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Uji validitas harga pada tabel. IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai harga dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 8 adalah valid. Karena kedelapan item memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n= 97$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0, 1663. Sehingga kedelapan item angket harga dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Validitas Variasi Produk ( $X_2$ )

Pengujian Validitas dilakukan pada 97 orang dengan tingkat signifikansi 10%, maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,1663 yaitu dari kesepuluh item pernyataan variabel variasi produk keseluruhan dinyatakan valid.

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Validitas Variasi Produk**

<b>Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
1	0,580	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 97$ , pada taraf signifikan 10 % dengan nilai $r_{tabel}$ statistik, maka $r_{tabel}$ sebesar = 0,1663	Valid
2	0,499		Valid
3	0,729		Valid
4	0,750		Valid
5	0,808		Valid
6	0,497		Valid
7	0,617		Valid
8	0,518		Valid
9	0,621		Valid
10	0,784		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Uji validitas variasi produk pada tabel. IV.5 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variasi produk dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 10 adalah valid. Karena kesepuluh item memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n= 97$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0, 1663. Sehingga kesepuluh item angket variasi produk dinyatakan valid.

c. Hasil Uji Validitas Variasi Produk ( $X_3$ )

Pengujian Validitas dilakukan pada 97 orang dengan tingkat signifikansi 10%, maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,1663 yaitu dari kesepuluh item pernyataan variabel kualitas pelayanan keseluruhan dinyatakan valid.

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,767	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 97$ , pada taraf signifikan 10 % dengan nilai $r_{tabel}$ statistik, maka $r_{tabel}$ sebesar = 0,1663	Valid
2	0,462		Valid
3	0,755		Valid
4	0,722		Valid
5	0,616		Valid
6	0,716		Valid
7	0,420		Valid
8	0,586		Valid
9	0,562		Valid
10	0,445		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Uji validitas variasi produk pada tabel. IV.6 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 10 adalah valid. Karena kesepuluh item memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n= 97$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0, 1663. Sehingga kesepuluh item kualitas pelayanan beli dinyatakan valid.

d. Hasil Uji Validitas kepuasan Pelanggan (Y)

Pengujian Validitas dilakukan pada 97 orang dengan tingkat signifikansi 10%, maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,1663 yaitu dari keenam item pernyataan variabel kepuasan pelanggan keseluruhan dinyatakan valid.

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,794	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n= 97$ , pada taraf signifikan 10 % dengan nilai $r_{tabel}$ statistik, maka $r_{tabel}$ sebesar = 0,1663	Valid
2	0,709		Valid
3	0,581		Valid
4	0,813		Valid
5	0,744		Valid
6	0,658		Valid

Sumber: Hasil Output SPSS 23 (data diolah)

Uji validitas variasi produk pada tabel. IV.7 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepuasan pelanggan dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 6 adalah valid. Karena keenam item memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $n= 97$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  adalah 0,1663. Sehingga keenam item angket kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### a. Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1)

Hasil uji reliabilitas variabel harga berdasarkan data yang diolah dengan bantuan aplikasi *software* SPSS dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,714	8

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel. IV.8 dapat disimpulkan bahwa harga dapat dikatakan reliabel, jika nilai cronbach alpha  $0,714 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

### b. Hasil Uji Reliabilitas Variasi Produk (X2)

Hasil uji reliabilitas variasi produk berdasarkan data yang diolah dengan bantuan aplikasi *software* SPSS dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Variasi Produk (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,841	10

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel. IV.9 dapat disimpulkan bahwa variasi produk dapat dikatakan reliabel, jika nilai cronbach alpha 0,841 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

c. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X3)

Hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan berdasarkan data yang diolah dengan bantuan aplikasi *software* SPSS dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,797	10

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel. IV.10 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat dikatakan reliabel, jika nilai cronbach alpha 0,797 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

d. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan pelanggan berdasarkan data yang diolah dengan bantuan aplikasi *software* SPSS dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,785	6

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel. IV.11 dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dikatakan reliabel, jika nilai cronbach alpha  $0,785 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

**3. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

**Tabel IV.12**  
**UJI Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	97	27,00	40,00	33,3918	2,85247
Variasi Produk	97	25,00	49,00	39,1340	5,65249
Kualitas Pelayanan	97	33,00	50,00	42,6495	3,70259
Kepuasan Pelanggan	97	22,00	30,00	25,7629	2,43573
Valid N (listwise)	97				

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.12 menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_1$ ) memiliki nilai minimum 27.00, maximum 40.00, dan nilai mean sebesar 33,3918. Variabel variasi produk ( $X_2$ ) memiliki nilai minimum 25.00, maximum 49.00 dan nilai mean sebesar 39,1340. Variabel kualitas

pelayanan ( $X_3$ ) memiliki nilai minimum 33.00, nilai maximum 50.00, dan nilai mean sebesar 42,6495. Variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai minimum 22.00, nilai maximum 30.00 dan nilai mean sebesar 25,7629.

#### 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji one Sample Komogrov-Smirnov Test. Data distribusi normal jika nilai signifikasinya  $> 0,1$  dan jika sebaliknya maka data berdistribusi tidak normal.

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,70589582
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,056
Test Statistic		,066
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: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.13 dapat dilihat hasil uji normalitas bahwa nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* sebesar 0,200 artinya nilai signifikansi 0,200  $> 0,1$  jadi dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu model *regresi* dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai Variance Inflation Factor (VIF)  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,1$ .

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas.**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	4,806	2,768		1,736	,086		
	Harga	,604	,064	,708	9,374	,000	,925	1,081
	Variasi Produk	,071	,032	,166	2,268	,026	,986	1,014
	Kualitas Pelayanan	-,047	,050	-,072	-,948	,346	,913	1,095

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel. IV.14 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel harga 1,081  $< 10$ , variasi produk 1,014  $< 10$ , dan kualitas pelayanan 1,095  $< 10$  jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari variabel di atas lebih kecil dari 10 (VIF  $< 10$ ). Sementara nilai tolerance untuk variabel harga 0,925  $> 0,1$ , variasi produk 0,986  $> 0,1$ , dan kualitas pelayanan 0,913  $> 0,1$ , jadi dapat disimpulkan nilai tolerance dari ketiga variabel adalah tolerance  $> 0,1$ , berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Spermán's rho pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

			Correlations			
			Harga	Variasi Produk	Kualitas Pelayanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation	1,000	,038	,216*	,024
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	.	,709	,034	,818
		N	97	97	97	97
Variasi Produk	Variasi Produk	Correlation	,038	1,000	,144	,005
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,709	.	,159	,964
		N	97	97	97	97
Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan	Correlation	,216*	,144	1,000	-,007
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,034	,159	.	,944
		N	97	97	97	97
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation	,024	,005	-,007	1,000
		Coefficient				
		Sig. (2-tailed)	,818	,964	,944	.
		N	97	97	97	97

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel. IV.15 dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari variabel harga sebesar  $0,818 > 0,10$ , variasi produk  $0,964 > 0,10$ , dan kualitas pelayanan  $0,944 > 0,10$ . Maka Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

## 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda dibantu dengan SPSS versi 23 untuk mencari pengaruh variabel harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel IV.16**  
**Hasil Uji Analisis Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,806	2,768		1,736	,086
	Harga	,604	,064	,708	9,374	,000
	Variasi Produk	,071	,032	,166	2,268	,026
	Kualitas Pelayanan	-,047	,050	-,072	-,948	,346

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

$$KP = 4,806 + 0,604 H + 0,071 VP - 0,047 KL + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif sebesar 4,804 dapat diartikan bahwa jika variabel harga ( $X_1$ ), variasi produk ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) diasumsikan 0 maka kepuasan pelanggan nilainya sebesar 4,804.
- b. Nilai koefisien regresi harga ( $b_1$ ) sebesar 0,604 artinya jika variabel harga ditambah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan bertambah sebesar 0,604 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variasi produk dengan kepuasan pelanggan.
- c. Nilai koefisien regresi variabel variasi produk ( $b_2$ ) sebesar 0,071 artinya jika variabel variasi produk ditambah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan menurun sebesar 0,071 satuan. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variasi produk dengan kepuasan pelanggan.
- d. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $b_3$ ) sebesar -0,047 artinya jika variabel kualitas pelayanan ditambah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar -0,047 satuan. koefisien bernilai

negatif artinya tidak terjadi hubungan searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

## 6. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel harga, variasi produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel IV.17**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,806	2,768		1,736	,086
	Harga	,604	,064	,708	9,374	,000
	Variasi Produk	,071	,032	,166	2,268	,026
	Kualitas Pelayanan	-,047	,050	-,072	-,948	,346

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji parsial pada tabel IV.17 dapat dilihat bahwa  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n - k - 1)$ ,  $df = (97 - 3 - 1) = 93$  hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1.661. Hasil dari  $t_{hitung}$  dapat dilihat sebagai berikut:

- 1)  $t_{hitung}$  harga adalah  $9,374 > 1.661$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan.

2)  $t_{hitung}$  variasi produk adalah  $2,268 > 1.661$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh variasi produk terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan.

3)  $t_{hitung}$  kualitas pelayanan adalah  $-0,948 < 1.661$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan.

b. Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

**Tabel IV. 18**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290,179	3	96,726	32,200	,000 <sup>b</sup>
	Residual	279,368	93	3,004		
	Total	569,546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Variasi Produk, Harga  
Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan hasil dari uji simultan (uji F) pada Tabel IV.18 di atas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 32,200 dan  $F_{tabel}$  dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan  $df_1 = n-k-1$  dan  $df_2 = n-k-1$  ( $97-3-1$ ) = 93 yang diperoleh nilainya sebesar 2.14.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $> 2.14$ ). maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh secara simultan antara pengaruh variabel harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan.

c. Hasil Uji Determinasi (Uji  $R^2$ )

Uji Determinasi ( $R^2$ ) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berikut ini hasil uji determinasi ( $R^2$ ):

**Tabel IV.19**  
**Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,714 <sup>a</sup>	,509	,494	1,73319

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil *Output* SPSS 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.19 dapat diketahui bahwa nilai  $R = 0,714$ . Nilai *Adjusted R square* sebesar 0,494 artinya kontribusi variabel harga, variasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 49,9% sedangkan 50,1% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan Penelitian**

Penelitian ini berjudul Pengaruh harga, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko MR.DIY Padangsidempuan. Adapun hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

##### 1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,1$  dengan nilai  $t_{hitung} >$

$t_{\text{tabel}} (9,374 > 1.661)$  karena nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko MR.DIY padangsidimpuan. Hal ini dibuktikan juga dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti kepada 97 responden, di mana skor 4 menjadi pilihan terbanyak dalam semua pernyataan. hal tersebut dikarenakan harga yang terjangkau dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan membuat mereka merasa puas. Selain itu, harga terjangkau dapat menarik segmen pasar yang lebih luas di kota Padangsidimpuan, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan anggaran, yang akan memungkinkan toko untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Harga yang terjangkau dan sesuai juga dapat mendorong pelanggan untuk terus berbelanja dan akan merekomendasikan MR.DIY Padangsidimpuan kepada orang lain.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dea Alvionita Sari dan Dwi Ariani Mayasari yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar” yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan pelanggan di toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil  $P_{yx1} = 0,176$  dengan  $p\text{-value} = 0,031 < \alpha 0,05$ . Ini artinya harga berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa.

## 2. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar  $0,026 < 0,1$  dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,268 > 1.661$ ) karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko MR.DIY padangsidimpuan. Hal ini dibuktikan juga dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti kepada 97 responden, di mana skor 4 menjadi pilihan terbanyak dalam semua pernyataan. hal tersebut dikarenakan dengan adanya variasi produk pelanggan dapat menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ketika pelanggan memiliki banyak opsi untuk dipilih, mereka cenderung lebih puas karena dapat memilih produk yang benar-benar sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, variasi produk juga membuat pengalaman belanja lebih menarik dan menyenangkan yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan

pelanggan dan rasa ingin berkunjung kembali ke MR.DIY Padangsidimpuan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Listya Wibawanti yang berjudul “ Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Luwes Boyolali” menyatakan bahwa variasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,514 > 1,984$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  yang berarti berpengaruh positif dengan kepuasan pelanggan.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan

Setelah dilakukan pengujian pada variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan signifikan sebesar  $0,346 > 0,1$  dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,72 < 1,661$ ) Jadi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko MR.DIY padangsidimpuan. hal ini dibuktikan dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti kepada 97 responden, di mana beberapa responden memilih skor 2 (tidak setuju). Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan tidak selalu mempengaruhi kepuasan pelanggan karena pelanggan sering

kali lebih memprioritaskan faktor-faktor lain, seperti harga dan variasi produk. Meskipun pelayanannya yang ramah dan baik, jika produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan kebutuhan dan terlalu mahal, maka pelanggan akan tidak merasa puas. Jadi, harga yang sesuai dan pilihan produk yang beragam seringkali menentukan kepuasan pelanggan daripada hanya kualitas pelayanan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiarno, Ida Bagus Nyoman dan Ambar Lukitaningsih yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Indomaret Point Colombo Yogyakarta)” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien (b) sebesar 0,141 dengan probabilitas 0,135 dimana angka tersebut tidak signifikan karena ( $p > 0,005$ ).

#### 4. Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan

Berdasarkan hasil uji simultan (F) menyatakan bahwa terdapat pengaruh harga, variasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan dengan pengujian dari uji F hasilnya menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $32,200 > 2,14$ ) dan nilai Signifikansi,  $0,000 < 0,10$ .

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan harga, variasi produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama harga, variasi produk dan kualitas pelayanan memiliki peran dalam kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh keseimbangan antara harga dan kualitas, keragaman pilihan yang tepat dan pengalaman pelayanan yang baik. Harga yang sesuai, produk yang relevan dan pelayanan yang memuaskan secara bersama-sama memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Kombinasi dari tiga variabel ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Meskipun penelitian ini telah dilaksanakan sebaik mungkin, akan tetapi masih terdapat beberapa keterbatasan penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang memiliki keterbatasan dalam menggali secara mendalam ekspektasi dan kebutuhan pelanggan.
2. Penelitian ini melibatkan 97 responden pelanggan MR.DIY Padangsidempuan, sehingga adanya kemungkinan kurangnya tingkat ketelitian dalam menggambarkan keseluruhan populasi.
3. Penelitian ini hanya meneliti variabel harga, variasi produk dan kualitas pelayanan, sehingga ada kemungkinan bahwa faktor-faktor lain juga dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas mengenai pengaruh harga, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidimpuan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji t nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel harga adalah 9,374 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.661 dan untuk signifikannya sebesar  $0,003 < 0,1$  hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan uji t nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel variasi produk adalah 2,268 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.661 dan untuk signifikannya sebesar  $0,026 < 0,1$  hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan uji t nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kepuasan pelayanan adalah -0,948 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.661 dan untuk signifikannya sebesar  $0,346 > 0,1$  hal ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4. Hasil simultan (uji F) menyatakan bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,000. Karena nilai sig  $0,000 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis  $H_a$  diterima. dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 32,200 dengan  $F_{tabel}$   $df_1 = k - 1$  dan  $df_2 = n - k - 1$  ( $97 - 3 - 1$ ) = 93  $F_{tabel}$  2,14.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $32,200 > 2,14$ ) artinya terdapat pengaruh secara simultan harga, variasi produk dan

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan. Hal ini menunjukkan harga, variasi produk dan kualitas pelayanan bersama-sama memiliki peran dalam kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan.

## **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan implikasi dalam hasil penelitian ini bahwa harga dan variasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan. Dengan adanya harga yang terjangkau dan variasi produk yang beragam, kepuasan pelanggan dapat meningkat. Harga yang terjangkau dan sesuai akan memberikan nilai tambah yang membuat pelanggan merasa mendapatkan penawaran yang adil, sementara variasi produk memungkinkan pelanggan menemukan barang yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Kombinasi keduanya menciptakan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan akan memperkuat loyalitas pelanggan.

Kemudian tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko MR.DIY Padangsidempuan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas pelayanan merupakan elemen penting dalam pengalaman berbelanja, faktor-faktor lain seperti harga dan variasi produk lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, tetap penting untuk menjaga standar pelayanan yang baik seperti MR.DIY memastikan bahwa setiap layanan, mulai dari kecepatan pelayanan, keramahan staf hingga penyelesaian masalah pelanggan dilakukan sangat baik.

Pelatihan dan penilaian rutin terhadap kualitas pelayanan dapat membantu menjaga standar pelayanan yang tinggi.

### **C. Saran**

1. Peneliti berharap MR.DIY Padangsidempuan lebih memperhatikan harga produk, variasi produk, dan kualitas pelayanan karena hal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. penelitian ini dapat dijadikan referensi atau pemahaman terhadap kelanjutan penelitian dengan pandangan yang lebih luas serta mengaitkan berbagai keilmuan dan teori yang berbeda, sehingga memiliki nilai guna bagi peneliti selanjutnya yang memiliki topik penelitian yang sama.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel atau menggunakan variabel moderating seperti display produk, diskon, dan lokasi untuk mengembangkan penelitian terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hasil penelitian bisa lebih baik dan lebih bervariasi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Dodiet, *Hipotesis Dan Variabel Penelitian* (Cv. Tahta Media Group, 2021)  
<<https://poltekkes-solo.ac.id/cni-content/uploads/modules/attachments/20210902143751-Buku%20Modul%20Hipotesis%20dan%20Variabel%20Penelitian.pdf>>
- Aini, Ihdi, 'Analisis Perilaku Konsumen Syariah Card', *Jurnal Hukum Ekonomi*, 6 (2020)  
<<https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/yurisprudencia/article/view/3413/2440>>
- Al Idrus, Salim, *Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian: Konsep Dan Teori* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021)  
<[https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas\\_Pelayanan\\_dan\\_Keputusan\\_Pembeli/MwdMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kualitas+pelayanan&pg=PA2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas_Pelayanan_dan_Keputusan_Pembeli/MwdMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kualitas+pelayanan&pg=PA2&printsec=frontcover)>
- Alfajar, Fachrul, Muzakir Tawil, Mustainah Mustainah, and Jetty Jetje Polii, 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAKASSAR JEANS HOUSE KOTA PALU', *Cenderawasih: Journal of Administration and Management Public Literation (Jamil)*, 1.1 (2021), pp. 37–50
- Alvionita, Dea, and Dwi Ariani, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4 (2022)  
<<file:///C:/Users/USER/Downloads/14.+Ni+Luh+Putu+Dea+Alvionita+Sari.pdf>>
- Anggraini, Junita, Wawancara Pelanggan Mr.Diy Padangsidempuan, 2024
- Anita, Reni, and Deny Edy, 'Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Mini Market Taqwa Mulia', *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2 (2022) <<file:///C:/Users/USER/Downloads/1207-Article%20Text-5420-1-10-20220926.pdf>>
- Arisanti, Felicia, and Gesti Memarista, 'PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI PRICE FAIRNESS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHKOTA JAYA TUBAN', *Agora*, 6 (2018)  
<<https://media.neliti.com/media/publications/287256-pengaruh-corporate-social-responsibility-060d8580.pdf>>
- Atirah, Ainin, 'Exploiting Similarities as Internationalization Strategy: A Case of MR.DIY Successful Expansion into the Indonesian Market', *Jurnal Hubungan Internasional*, 16 (2023)  
<<file:///C:/Users/USER/Downloads/JHI+2023+Vol.16+No.+7.pdf>>
- Budiarno, Ida Bagus, and Ambar Lukitaningsih, 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK

LOYALITAS PELANGGAN', 19.02 (2022)  
<<https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/4531/3206>>

Chinvia, Johny, and Aneke, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado', 2 (2021)

Desi, Wahyuni, 'Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Suzuya Mall Kota Banda Aceh' (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020) <<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/15073/1/Desi%20Wahyuni,%20150604105,%20FEBI,%20IE,%20085370508494.pdf>>

Dewiasih, Tjitjih, and Bonifasius, 'Peningkatan Niat Pembelian Ulang Dengan Kualitas Layanan Dan Word of Mouth Di Ha-Ka Restoran : Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator', *Journal Of Tourism and Education*, 6 (2022)  
<<file:///C:/Users/USER/Downloads/1257-Article%20Text-2316-2-10-20220909.pdf>>

Duwi Prayitno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* ((yogyakarta: Andi, 2014))

Ermawati, Adek Siti, and Sutopo, 'Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ramai Semarang', *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 27 (2021) <[file:///C:/Users/USER/Downloads/Hal+17-32%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/Hal+17-32%20(1).pdf)>

Fitri, Meliana, Wawancara Pelanggan Mr.Diy Padangsidempuan

Futri, Elisa, Wawancara Pelanggan Mr.Diy Padangsidempuan, 2024

Gischa, Seraficha, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Permintaan Suatu Barang Halaman All - Kompas.Com', 2022  
<<https://www.kompas.com/skola/read/2022/12/05/180000769/faktor-faktor-yang-memengaruhi-permintaan-suatu-barang?page=all>> [accessed 5 December 2023]

Haryani, Dwi Septi, *KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP NILAI PELANGGAN* (Cv. Azka Pustaka, 2022)

Hidayat, Aziz Alimul, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Health Books Publishing, 2021)  
<[https://books.google.co.id/books?id=0dAeEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=0dAeEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)>

Ichsannudin, and Hery Purnomo, *Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek* (Media Sains Indonesia, 2021)

Indrasari, Dr Meithiana, *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan* (Unitomo Press, 2019)

<[https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN\\_DAN\\_KEPUASAN\\_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+dalam+kepuasan+pelanggan&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN/PYfCDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+dalam+kepuasan+pelanggan&printsec=frontcover)>

Indrasari, meithiana, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Unitomo Press, 2019)  
<<http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN.pdf>>

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* ((Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 29-30.)

Isa, Muhammad, Aswadi Lubis, and Marliana Caniago, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Sibolga', *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2 (2019) <<file:///C:/Users/USER/Downloads/90-Article%20Text-384-1-10-20190518.pdf>>

Iswanto, Bambang, *Pengantar Ekonomi Islam* (Rajagrafindo Persada, 2022)  
<<https://repository.uinsi.ac.id/bitstream/handle/123456789/2593/Buku%20pengantar%20ekonomi%20islam.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>

Kotler, Philip, and Gery Amstrong, *Prinsip Prinsip Pemasaran*, 12 Jilid 1

'MEMAHAMI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA'  
<<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linear-berganda/>> [accessed 18 November 2023]

'MEMAHAMI UJI MULTIKOLINEARITAS DALAM MODEL REGRESI'  
<<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/>> [accessed 17 November 2023]

M.Kes, Diah Wijayanti Sutha, S ST, *Biostatistika: Buku Ajar* (Media Nusa Creative (MNC Publishing), 2021)  
<<https://www.google.co.id/books/edition/Biostatistika/HVFKEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+normalitas+adalah&pg=PA75&printsec=frontcover>>

Muspiha, *Platform Digital : Harga, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan* (Rena Cipta Mandiri, 2023)  
<[https://www.google.co.id/books/edition/Platform\\_Digital\\_Harga\\_Kualitas\\_Pelayanan/PE-wEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Platform_Digital_Harga_Kualitas_Pelayanan/PE-wEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1)>

Nizar, Muhammad, 'PRINSIP KEJUJURAN DALAM PERDAGANGAN VERSI ALQUR'AN', *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 2 (2017)  
<<file:///C:/Users/USER/Downloads/947-File%20Utama%20Naskah-3063-1-10-20180412.pdf>>

Noor, Fahtira Virdha, 'PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGANPT HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA' (INSTITUT AGAMA

ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU BENGKULU, 2020)  
<<http://repository.iainbengkulu.ac.id/4807/1/SKRIPSI%20VIR%20OK.pdf>>

Pamungkas, Abimanyu Bayu, 'PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ALFAMIDI RAYA KETINTANG SURABAYA' <<http://repository.untag-sby.ac.id/23364/7/JURNAL.pdf>>

Putri, Le Christy, Altje Tumbel, and Yunita Madangie, 'PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN DAN KOPI CHAMAR KAWANGKOAN', *Jurnal Emba*, 10 (2022)  
<<file:///C:/Users/USER/Downloads/VOL+10.+4.+Lea+Christy+Putri+Fensy+Gonie.+OK.pdf>>

Putro, Shandy Widjoyo, Hatane Samuel, and Brahmana, 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS KONSUMEN RESTORAN HAPPY GARDEN SURABAYA', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2 <<https://media.neliti.com/media/publications/140294-ID-pengaruh-kualitas-layanan-dan-kualitas-p.pdf>>

RAHMAWATI, RIZKA, 'PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN' (UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA, 2020)  
<[http://eprints.upnyk.ac.id/24952/5/DRAFT%20SKRIPSI\\_RIZKA\\_RAHMAWATI\\_141160147%281%29.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/24952/5/DRAFT%20SKRIPSI_RIZKA_RAHMAWATI_141160147%281%29.pdf)>

Rahmawaty, Anita, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam* (Idea Press Yogyakarta, 2021)  
<<http://repository.iainkudus.ac.id/7956/1/eBook%20Perilaku%20Konsumen%20Dalam%20Perspektif%20Islam%20%281%29.pdf>>

Rismaeka, Nadila, and Susanto, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada The Kitchen Cafe', *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19 (2021) <<file:///C:/Users/USER/Downloads/3730-13095-1-PB.pdf>>

Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Deepublish, 2020)

Rukiah, Darwis Harahap, M Fauzan, and Ananda Anugrah Nasution, 'ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA PERBANKAN SYARIAH', *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7 (2022) <<https://repo.uinsyahada.ac.id/1350/1/11547-36016-1-PB.pdf>>

Sa'adah, Lailatus, *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen* (LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020)

<[https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas\\_Layanan\\_Harga\\_Citra\\_Merk\\_serta/rZkwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+kepuasan+konsumen&pg=PA6&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Kualitas_Layanan_Harga_Citra_Merk_serta/rZkwEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+kepuasan+konsumen&pg=PA6&printsec=frontcover)>

Sabilla, Annis Yuniar, Wardi Ansyah, Dhea Editya, and Vicky F. Sanjaya, 'Pengaruh Varian Produk, Packaging, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2.2 (2023), pp. 151–72, doi:10.36490/jmdb.v2i2.988

Saputra, Ridho, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru' (Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020) <<https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO%20SAPUTRA.pdf>>

Sari, Annita, Dahlan, Ralph August, and Yudi Prayitno, *Dasar-Dasar Metode Penelitian* (Cv. Angkasa Pelangi, 2023)  
<<http://repository.uniyap.ac.id/434/1/Buku%20Annita%20sari%20Dkk%20Dasar-dasar%20Metodologi%20Penelitian.pdf>>

Sinaga, Damera, *Buku Ajar Statistik Dasar* (Uki Press, 2014)  
<<http://repository.uki.ac.id/5482/1/BukuAjarStatistikaDasar.pdf>>

Sinollah, Sinollah, Siti Magfirotul Wahida, and Nailatul Khoiriyah, 'Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone', *JOURNAL ISLAMIC BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP*, 1.1 (2022), pp. 1–6, doi:10.33379/jibe.v1i1.1596

Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Literasi Media Publishing, 2015)  
<[https://www.google.co.id/books/edition/DASAR\\_METODOLOGI\\_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=data+primer+dan+sekunder+penelitian&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_METODOLOGI_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=data+primer+dan+sekunder+penelitian&printsec=frontcover)>

SUAIBAN, 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPUASAN, DAN KEPERCAYAAN PENGGUNAAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH PADA MAHASISWA FEBI UIN SYAHADA PADANGSIDEMPUAN' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUN, 2023)  
<<https://etd.uinsyahada.ac.id/9695/1/1640100275.pdf>>

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*

Sumual, Yunita, Kalangi, and Danny, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos', *Productivity*, 2 (2021)  
<<file:///C:/Users/USER/Downloads/npioh,+Jurnal+Yunita+73-78.pdf>>

Sunardi, and Sri Handayani, 'Kualitas Pelayanan Dalam Islam Dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia', *ISLAMINOMIC JURNAL* <<https://media.neliti.com/media/publications/267913-kualitas-pelayanan-dalam-islam-dan-keper-41ecafad.pdf>>

'Surat Al-A'raf Ayat 31: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online'  
<<https://quran.nu.or.id/al-a'raf/31>> [accessed 29 July 2024]

'Surat Al-Baqarah Ayat 279 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb'  
<<https://tafsirweb.com/1045-surat-al-baqarah-ayat-279.html>> [accessed 17 October 2024]

Suwitho, *Pengusaha Yang Sukses Pasti Menjaga Kepuasan Pelanggannya: Sebuah Monograf Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran* (CV Pena Persada, 2022)  
<[https://www.google.co.id/books/edition/PENGUSAHA\\_YANG\\_SUKSES\\_PASTI\\_MENJAGA\\_KEPU/LzacEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+dalam+kepuasan+pelanggan&pg=PA16&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/PENGUSAHA_YANG_SUKSES_PASTI_MENJAGA_KEPU/LzacEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=harga+dalam+kepuasan+pelanggan&pg=PA16&printsec=frontcover)>

Tampanguma, Indri Kartini, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado', *Productivity*, 3 (2022)  
<[file:///C:/Users/USER/Downloads/npioh,+Jurnal+Indri+7-12%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/npioh,+Jurnal+Indri+7-12%20(1).pdf)>

'Tentang Kami | MR.DIY Indonesia' <<https://www.mrdiy.com/id/tentang-kami>>  
[accessed 6 December 2023]

Tjiptono, Fandy, and Anastasia Diana, *MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN* (Penerbit Andi, 2022)  
<[https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN\\_DAN\\_STRATEGI\\_KEPUASAN\\_PELANGGA/\\_H6REAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kepuasan+pelanggan&pg=PA114&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/MANAJEMEN_DAN_STRATEGI_KEPUASAN_PELANGGA/_H6REAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kepuasan+pelanggan&pg=PA114&printsec=frontcover)>

Umar, Husein, *Metode riset bisnis: panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset dilengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi* (Gramedia Pustaka Utama, 2002)  
<[https://books.google.co.id/books?id=ihn8T5S8HaQC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ihn8T5S8HaQC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)>

Urbanus, Johny, and Montgomery Warbal, 'Pengaruh Sikap Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis*, 4 (2023) <<file:///C:/Users/USER/Downloads/117-Article%20Text-1271-2-10-20230225.pdf>>

Usman, Alfiani, 'KONSEP ETIKA BISNIS ISLAM MENURUT MUHAMMAD DJAKFAR' (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE, Februari)  
<<http://repository.iainpare.ac.id/3395/1/17.2900.031.pdf>>

Wahyuni, Eko, 'Perkembangan Ekonomi Islam Di Indonesia Melalui Penyelenggaraan', *Jurnal Kajian Hukum Islam*, 4 (2019)

Warsito, Chandra, *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami* (Stain Press, 2021)  
<<https://eprints.uinsaizu.ac.id/12521/1/Buku%20Loyalitas%20Pelanggan.pdf>>

Wibawanti, Listya, 'Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Luwes Boyolali' (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN

MAS SAID SURAKARTA, 2022) <[https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3494/1/SKRIPSI\\_LISTYA%20WIBAWANTI\\_185211209.pdf](https://eprints.iain-surakarta.ac.id/3494/1/SKRIPSI_LISTYA%20WIBAWANTI_185211209.pdf)>

Wulandari, Nadya Rachmi, 'AMANAHA DALAM AL-QUR'AN (Analisa Penafsiran Wahbah Az-Zuhaili Dalam Tafsir Al-Munîr Fî Al-Aqîdah Wa Al-Syarî'ah Wa Al-Manhaj)' (FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA)  
<[https://repository.iiq.ac.id/bitstream/123456789/1491/3/17210862\\_Publik.pdf](https://repository.iiq.ac.id/bitstream/123456789/1491/3/17210862_Publik.pdf)>

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Raihan Annisa
2. NIM : 2040200031
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 06 Agustus 2002
5. Anak Ke : Lima
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Mahasiswa
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Jl. Dr. Payungan Dalimunthe Gg. Rambutan
10. Telp.HP : 0821-6574-1209
11. E-mail : [raihanannisa06@gmail.com](mailto:raihanannisa06@gmail.com)

### **II. IDENTITAS ORANG TUA**

1. Ayah
  - a. Nama : M. Baqi Billahi
  - b. Pekerjaan : Pensiunan
  - c. Alamat : Jl. Dr. Payungan Dalimunthe Gg. Rambutan
  - d. Telp/HP : -
2. Ibu
  - a. Nama : Asmidar

- b. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
- c. Alamat : Jl. Dr. Payungan Dalimunthe Gg. Rambutan
- d. Telp/HP : 0821-6574-1209

### **III. PENDIDIKAN**

1. SD Negeri 200113 Tanobato, Tamat Tahun 2014
2. SMPN 3 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2017
3. SMKN 1 Padangsidempuan, Tamat Tahun 2020
4. S1 UIN Syahada Padangsidempuan, Tamat Tahun 2024

## ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Pelanggan pada toko Mr.Diy Padangsidimpuan

Di-Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT. serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas, Amin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan tentang **“Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko MR.DIY Padangsidimpuan”**, diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian. Maka dengan ini saya mohon kepada Pelanggan MR.DIY untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian, atas bantuan dan partisipasi dari Saudara/i dalam mengisi lembar angket tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Padangsidimpuan, Juni 2024  
Hormat Saya,

**Raihan Annisa**  
**NIM. 20 402 00031**

## ANGKET PENELITIAN

### PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO MR.DIY PADANGSIDIMPUAN

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi identitas dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

No Responden:

Nama :

Jenis Kelamin :

Laki-Laki       Perempuan

Umur :

17-20 Tahun       31-40 Tahun  
 21-30 Tahun       41-50 Tahun

Apakah anda pernah berbelanja di toko Mr.Diy Padangsidimpuan (minimal 2 kali)? :

Ya       Tidak

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Setiap pernyataan mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
  - a. SS = Sangat Setuju (5)
  - b. S = Setuju (4)
  - c. KS = Kurang Setuju (3)
  - d. TS = Tidak Setuju (2)

e. STS=Sangat Tidak Setuju (1)

4. Semua jawaban Saudara/i dijamin kerahasiannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

### C. DAFTAR PERNYATAAN

#### 1. Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1.	Saya merasa produk yang dijual di toko Mr.Diy Padangsidempuan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di media sosial (seperti warna, ukuran, dan spesifikasi produk).					
2.	Saya merasa kualitas produk yang diterima di toko Mr.Diy Padangsidempuan sesuai dengan yang diiklankan di media sosial.					
Minat Berkunjung Kembali						
3.	Saya merasa puas berbelanja di toko Mr.Diy Padangsidempuan karena para karyawannya memberikan pelayanan yang baik dan ramah.					
4.	Saya tertarik untuk melihat keragaman produk yang ditawarkan toko Mr.Diy Padangsidempuan sehingga saya akan berkunjung kembali lagi.					
Kesediaan Merekomendasikan						
5.	Saya akan merekomendasikan ke teman, saudara dan orang lain untuk berbelanja di toko Mr.Diy Padangsidempuan.					
6.	Saya akan membagikan pengalaman saya berbelanja di toko Mr.Diy Padangsidempuan agar orang lain tertarik berkunjung ke toko Mr.Diy Padangsidempuan.					

2. Harga (X1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Keterjangkauan Harga</b>						
1.	Menurut saya harga yang ditetapkan oleh toko Mr.Diy Padangsidimpuan terjangkau.					
2.	Menurut saya toko Mr.Diy Padangsidimpuan banyak menawarkan diskon yang membuat harga produk lebih terjangkau bagi pelanggan.					
<b>Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk</b>						
3.	Menurut saya produk di Mr.Diy Padangsidimpuan memiliki kualitas yang sebanding dengan harga yang ditawarkan.					
4.	Menurut saya harga produk di toko Mr.Diy padangsidimpuan layak dengan kualitas dan variasi produk yang tersedia.					
<b>Daya Saing Harga</b>						
5.	Menurut saya harga produk di toko Mr.Diy padangsidimpuan lebih konsisten dan stabil dibandingkan dengan perubahan harga yang sering terjadi di toko pesaing.					
6.	Saya sering melakukan perbandingan harga sebelum melakukan pembelian kembali pada toko Mr.Diy Padangsidimpuan					
<b>Kesesuaian harga dengan Manfaat</b>						
7.	Menurut saya harga yang ditetapkan toko Mr.Diy sesuai dengan manfaat yang ditawarkan.					
8.	Menurut saya toko Mr.Diy mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan karena sangat terjangkau.					

3. Variasi Produk (X2)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
Ukuran produk yang beragam						
1.	Saya merasa kebutuhan saya terpenuhi dengan adanya berbagai ukuran variasi produk.					
2.	Saya merasa bahwa variasi produk memudahkan saya dalam memilih produk yang sesuai.					
Jenis produk yang beragam						
3.	Saya merasa toko Mr.Diy Padangsidempuan menawarkan berbagai kategori produk yang lengkap, mulai dari peralatan rumah tangga, alat tulis, mainan anak, hingga produk elektronik.					
4.	Saya merasa setiap kategori produk di Mr.Diy Padangsidempuan memiliki banyak pilihan produk yang berbeda-beda.					
Bahan produk yang beragam						
5.	Saya merasa toko Mr.Diy Padangsidempuan menyediakan produk dengan bahan premium yang berkualitas tinggi serta bahan ekonomis yang lebih terjangkau.					
6.	Saya senang dengan adanya beragam bahan produk yang ditawarkan toko Mr.Diy Padangsidempuan.					
Desain produk yang beragam						
7.	Saya merasa bahwa pilihan bahan yang beragam meningkatkan kepuasan saya berbelanja di toko Mr.Diy Padangsidempuan.					
8.	Saya lebih mungkin merekomendasikan produk yang ada di toko Mr.Diy karena desain produknya beragam.					
Kualitas produk yang beragam						

9.	Saya merasa beragamnya kualitas produk di toko Mr.Diy Padangsidimpuan membuat pengalaman belanja saya lebih baik.					
10.	Saya merasa pilihan produk di toko Mr.Diy Padangsidimpuan membuat saya lebih fleksibel dalam memilih.					

#### 4. Kualitas Pelayanan (X3)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Kehandalan</b>						
1.	Saya merasa bahwa karyawan di toko Mr.Diy Padangsidimpuan selalu memberikan pelayanan yang dapat diandalkan.					
2.	Saya merasa yakin bahwa saya akan selalu mendapatkan pelayanan berkualitas setiap kali mengunjungi toko Mr.Diy Padangsidimpuan.					
<b>Ketanggapan</b>						
3.	Saya merasa bahwa karyawan di toko Mr.Diy Padangsidimpuan responsif terhadap kebutuhan pelanggan.					
4.	Saya lebih cenderung memilih toko Mr.Diy Padangsidimpuan karena tingkat ketanggapan pelayanan yang mereka tawarkan.					
<b>Jaminan</b>						
5.	Saya merasa yakin bahwa pelayanan di toko Mr.Diy padangsidimpuan memberikan jaminan kualitas yang terbaik.					
6.	Saya merasa toko Mr.Diy Padangsidimpuan memberikan rasa aman dan nyaman.					
<b>Empati</b>						
7.	Saya merasa karyawan Mr.Diy Padangsidimpuan memiliki perhatian yang baik terhadap					

	pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggannya.					
8.	Saya merasa karyawan Mr.Diy Padangsidempuan bersedia membantu apa yang dibutuhkan pelanggan.					
Berwujud (Bukti Fisik)						
9.	Menurut saya karyawan Mr.Diy Padangsidempuan sudah bersikap ramah dan sopan.					
10.	Menurut saya fasilitas di Mr.Diy Padangsidempuan cukup lengkap seperti menyediakan parkir dan toilet bagi pelanggan.					

Responden

.....

**SURAT VALIDASI ANGKET**

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Permatasari Siregar, M.Si

NIP : 199305242020122005

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko MR.DIY Padangsidempuan ”**.

Yang disusun oleh:

Nama : Raihan annisa

Nim : 20 402 00031

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

.....  
.....  
.....

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Juni 2024  
**Validator**

**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 199305242020122005**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET KEPUASAN PELANGGAN (Y)**

**Petunjuk :**

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir,

<b>Indikator</b>	<b>No Pernyataan</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Kesesuaian harapan	1,2			
Minat berkunjung kembali	3,4			
Ketersediaan merekomendasikan	5,6			

**Catatan:**

.....

.....

.....

Padangsidempuan,      Juni 2024  
**Validator**

**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 199305242020122005**

**LEMBAR VALIDASI  
ANGKET HARGA (X1)**

**Petunjuk :**

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir,

<b>Indikator</b>	<b>No Pernyataan</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Kejangkauan harga	1,2			
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3,4			
Daya saing harga	5,6			
Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8			

**Catatan:**

.....

.....

.....

Padangsidempuan,      Juni 2024  
**Validator**

**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 199305242020122005**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET VARIASI PRODUK (X2)**

**Petunjuk :**

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir,

<b>Indikator</b>	<b>No Pernyataan</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Ukuran produk yang beragam	1,2			
Jenis produk yang beragam	3,4			
Bahan produk yang beragam	5,6			
Desain produk yang beragam	7,8			
Kualitas produk yang beragam	9,10			

**Catatan:**

.....  
.....  
.....

Padangsidempuan, Juni 2024  
**Validator**

**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 199305242020122005**

**LEMBAR VALIDASI**  
**ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X3)**

**Petunjuk :**

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun
2. Beri tanda centang (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang saya berikan.
4. Lembar pernyataan terlampir,

<b>Indikator</b>	<b>No Pernyataan</b>	<b>V</b>	<b>VR</b>	<b>TV</b>
Kehandalan	1,2			
Ketanggapan	3,4			
Jaminan	5,6			
Empati	7,8			
Berwujud	9,10			

**Catatan:**

.....  
.....  
.....

Padangsidempuan,    Juni 2024  
**Validator**

**Indah Permatasari Siregar, M.Si**  
**NIP. 199305242020122005**

**TABEL**  
**Tabulasi Angket Variabel Harga (X1)**

No Responden	Harga (X1)								Total
	Item Pertanyaan								
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	5	4	5	4	5	36
2	4	4	4	4	4	5	4	4	33
3	5	5	5	5	4	5	4	4	37
4	4	4	4	4	3	4	3	5	31
5	5	5	3	5	5	5	5	4	37
6	4	4	2	4	4	5	4	5	32
7	4	4	4	4	4	3	4	4	31
8	5	5	4	4	4	5	4	5	36
9	4	4	4	4	3	4	3	5	31
10	4	4	4	5	3	5	3	4	32
11	5	5	4	5	5	4	5	4	37
12	4	4	4	4	3	4	3	4	30
13	4	4	5	4	4	3	4	4	32
14	4	4	4	4	3	4	3	4	30
15	4	4	3	4	3	4	3	3	28
16	4	4	5	4	4	5	4	4	34
17	4	4	4	4	3	5	3	4	31
18	4	4	4	4	2	4	2	4	28
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	4	5	5	5	5	4	38
21	5	5	5	5	5	5	5	4	39
22	4	4	4	5	4	4	4	4	33
23	5	5	5	4	4	5	4	3	35
24	4	4	5	4	4	4	4	4	33
25	4	4	4	3	3	4	3	4	29
26	4	4	4	4	4	5	4	4	33
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	4	4	5	33
29	4	4	4	4	3	5	3	4	31
30	4	4	3	5	4	5	4	4	33
31	4	4	4	4	4	5	4	5	34
32	5	5	4	5	4	4	4	4	35
33	4	4	4	4	3	4	3	4	30
34	5	5	5	5	5	3	5	4	37
35	4	4	4	4	4	5	4	4	33
36	4	4	4	4	4	3	4	4	31



78	4	4	4	4	4	4	4	5	33
79	5	4	5	5	3	5	5	4	36
80	4	5	4	4	2	4	4	4	31
81	4	4	4	4	4	4	5	3	32
82	5	4	5	5	4	4	4	4	35
83	4	4	4	4	4	3	5	4	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	4	5	5	5	39
86	4	3	4	4	4	4	4	5	32
87	4	5	4	4	5	5	5	5	37
88	4	4	4	4	4	4	4	5	33
89	4	4	4	4	3	4	4	5	32
90	4	4	5	4	4	4	4	4	33
91	5	4	4	4	4	4	4	4	33
92	4	3	4	5	3	4	4	4	31
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	3	4	4	3	4	5	3	5	31
95	4	5	4	5	5	5	4	5	37
96	4	5	4	4	5	4	4	5	35
97	4	4	4	4	4	5	5	4	34

**TABEL**  
**Tabulasi Angket Variabel Variasi Produk (X2)**

No Responden	Variasi Produk (X2)										Total
	Item Pertanyaan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
2	2	2	5	5	4	4	2	5	2	5	36
3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	34
4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	31
5	4	5	3	5	3	4	3	4	4	5	40
6	3	4	3	5	4	5	3	4	3	3	37
7	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	46
8	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	45
9	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
10	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	34
11	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	45
12	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	41
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
14	1	5	3	4	3	5	5	3	1	3	33

15	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	46
16	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
17	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
18	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	36
19	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	45
20	5	4	5	3	5	5	3	4	5	5	44
21	5	2	2	5	5	4	2	5	2	5	37
22	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	40
23	4	5	4	4	5	3	5	5	3	5	43
24	4	5	5	5	5	3	3	3	4	5	42
25	4	3	4	4	4	5	4	3	5	4	40
26	5	1	4	4	4	5	5	1	4	4	37
27	2	4	3	3	3	4	4	5	5	3	36
28	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47
29	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
30	4	3	4	4	4	3	3	5	3	4	37
31	3	4	3	3	3	5	5	3	4	3	36
32	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	44
33	5	4	4	2	4	4	4	1	5	1	34
34	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	38
35	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48
36	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
37	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
38	5	3	1	1	1	4	4	4	5	1	29
39	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	45
40	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
41	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	1	3	1	4	1	5	1	1	25
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
46	3	4	3	4	5	5	4	4	4	5	41
47	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
49	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
50	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
51	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32

56	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
61	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	45
66	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
67	2	4	2	3	2	4	2	3	2	2	26
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
70	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
73	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	38
74	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
75	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	34
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	28
78	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
79	4	3	5	5	4	1	5	3	5	1	36
80	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	43
81	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	34
82	3	3	4	4	3	4	3	5	3	3	35
83	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
84	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	35
85	3	5	3	3	5	4	3	5	5	5	41
86	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	44
87	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	36
88	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	43
89	4	5	4	4	2	4	3	4	4	2	36
90	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5	45
91	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	40
92	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	46
93	5	5	5	5	3	3	4	3	4	4	41
94	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	46
95	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	43
96	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	39

97	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**TABEL**  
**Tabulasi Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**

No Responden	Kualitas Pelayanan (X3)										Total
	Item Pertanyaan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	47
6	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	46
7	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
8	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
9	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	39
10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
11	4	5	4	4	4	2	4	5	5	5	42
12	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
15	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
16	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
17	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
18	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
21	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
22	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
23	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	34
24	4	5	4	4	4	2	4	4	4	5	40
25	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
26	5	3	5	5	4	5	5	5	5	3	45
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	46
29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
30	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
31	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	5	4	4	4	2	4	5	5	5	42

34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
37	4	5	4	4	3	3	3	4	4	5	39
38	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	43
39	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	46
42	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
43	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	45
44	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
45	4	5	4	4	3	3	3	3	4	5	38
46	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
47	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
48	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
50	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	45
51	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43
52	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	40
53	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
54	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	40
55	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
56	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	47
57	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	44
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
60	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
61	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	33
62	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
63	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
65	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	40
66	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
67	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
68	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	39
69	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
70	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
71	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
72	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
73	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	41
74	3	5	4	4	4	5	5	4	5	4	43

75	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
76	5	4	5	2	5	5	4	4	5	3	42
77	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	44
78	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	40
79	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	39
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
81	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
82	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	45
83	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	43
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
86	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
87	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
88	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
89	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
90	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
91	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	43
92	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	44
93	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40
94	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
95	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
96	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	47
97	4	2	4	4	4	4	5	4	3	4	38

**TABEL**  
**Tabulasi Angket Variabel Kepuasan pelanggan (Y)**

No Responden	Kepuasan pelanggan (Y)						Total
	Item Pertanyaan						
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	5	4	5	4	27
2	4	4	3	4	4	4	23
3	5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	5	4	4	4	25
8	5	5	5	5	5	4	29
9	4	4	4	4	4	3	23
10	4	4	4	4	4	3	23
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	4	3	23
13	4	4	4	4	4	4	24

14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	4	4	4	4	3	23
16	4	4	5	4	4	4	25
17	4	4	5	4	4	3	24
18	4	4	4	4	4	2	22
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	4	29
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	3	23
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	5	4	4	3	24
30	4	4	5	4	4	4	25
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	5	5	5	5	4	29
33	4	4	4	4	4	3	23
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	5	4	4	4	25
37	5	5	3	5	5	4	27
38	4	4	4	4	4	2	22
39	4	4	4	4	4	3	23
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	5	5	5	5	4	29
42	4	4	2	4	4	4	22
43	5	5	5	5	5	4	29
44	4	4	4	4	4	3	23
45	4	4	5	4	4	5	26
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	5	4	4	4	25
48	4	4	5	4	4	4	25
49	4	4	4	4	4	2	22
50	4	4	4	4	4	3	23
51	4	4	5	4	4	5	26
52	4	4	4	4	4	3	23
53	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	4	5	5	3	27

55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	5	5	4	29
57	4	4	5	4	4	3	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	5	4	4	5	26
61	4	4	3	4	4	3	22
62	5	5	4	5	5	4	28
63	5	5	5	5	5	4	29
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	4	5	5	3	27
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	5	4	5	5	4	27
69	4	5	5	5	4	5	28
70	4	5	5	4	4	4	26
71	4	4	4	4	5	5	26
72	3	4	4	3	5	4	23
73	3	5	3	3	5	5	24
74	5	4	5	5	4	4	27
75	5	5	4	5	4	5	28
76	4	4	5	4	4	4	25
77	4	4	4	4	5	5	26
78	5	4	5	5	5	5	29
79	4	4	5	4	4	4	25
80	5	4	5	5	4	4	27
81	4	4	5	4	5	4	26
82	5	4	4	5	5	5	28
83	4	4	4	4	5	5	26
84	5	4	4	5	4	3	25
85	5	5	3	5	4	3	25
86	5	5	5	5	4	4	28
87	4	5	4	4	4	5	26
88	4	5	5	4	4	4	26
89	4	5	4	4	4	4	25
90	4	5	3	4	5	5	26
91	4	4	5	4	5	5	27
92	5	5	5	5	5	4	29
93	5	5	4	5	5	5	29
94	5	4	5	5	5	5	29
95	5	4	5	5	5	5	29

96	5	5	3	5	4	3	25
97	5	5	5	5	4	4	28

### Hasil Output SPSS versi 23

#### Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Harga
X1.1 Pearson Correlation	1	,524**	,309**	,414**	,243*	,182	,299**	-,015	,594**
Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,016	,075	,003	,883	,000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2 Pearson Correlation	,524**	1	,145	,301**	,395**	,234*	,356**	,119	,635**
Sig. (2-tailed)	,000		,156	,003	,000	,021	,000	,246	,000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3 Pearson Correlation	,309**	,145	1	,114	,145	,021	,201*	-,094	,382**
Sig. (2-tailed)	,002	,156		,267	,157	,834	,049	,359	,000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4 Pearson Correlation	,414**	,301**	,114	1	,380**	,248*	,426**	,061	,618**
Sig. (2-tailed)	,000	,003	,267		,000	,014	,000	,554	,000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5 Pearson Correlation	,243*	,395**	,145	,380**	1	,194	,837**	,158	,773**
Sig. (2-tailed)	,016	,000	,157	,000		,057	,000	,123	,000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6 Pearson Correlation	,182	,234*	,021	,248*	,194	1	,160	,174	,499**
Sig. (2-tailed)	,075	,021	,834	,014	,057		,118	,089	,000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7 Pearson Correlation	,299**	,356**	,201*	,426**	,837**	,160	1	,091	,773**
Sig. (2-tailed)	,003	,000	,049	,000	,000	,118		,376	,000
N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8 Pearson Correlation	-,015	,119	-,094	,061	,158	,174	,091	1	,316**



X2.4	Pearson Correlation	,357*	,269*	,622*	1	,635*	,243*	,340*	,426*	,236*	,663*	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,000		,000	,017	,001	,000	,020	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	,433*	,241*	,628*	,635*	1	,305*	,434*	,320*	,420*	,727*	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,017	,000	,000		,002	,000	,001	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	,151	,202*	,184	,243*	,305*	1	,383*	,243*	,224*	,342*	,497**
	Sig. (2-tailed)	,139	,047	,072	,017	,002		,000	,016	,028	,001	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.7	Pearson Correlation	,282*	,251*	,441*	,340*	,434*	,383*	1	,049	,491*	,352*	,617**
	Sig. (2-tailed)	,005	,013	,000	,001	,000	,000		,632	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	,167	,283*	,216*	,426*	,320*	,243*	,049	1	,136	,424*	,518**
	Sig. (2-tailed)	,103	,005	,034	,000	,001	,016	,632		,185	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.9	Pearson Correlation	,516*	,233*	,426*	,236*	,420*	,224*	,491*	,136	1	,328*	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000	,022	,000	,020	,000	,028	,000	,185		,001	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.10	Pearson Correlation	,303*	,262*	,554*	,663*	,727*	,342*	,352*	,424*	,328*	1	,784**

	Sig. (2-tailed)	,003	,010	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,001		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Variasi Produk	Pearson Correlation	,580*	,499*	,729*	,750*	,808*	,497*	,617*	,518*	,621*	,784*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	10

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Kualitas Pelayanan
X3.1	Pearson Correlation	1	,137	,707**	,606**	,464**	,636**	,172	,448**	,441**	,146	,767**
	Sig. (2-tailed)		,181	,000	,000	,000	,000	,093	,000	,000	,155	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	,137	1	,100	,205*	,097	,084	-,084	,101	,329**	,607*	,462**
	Sig. (2-tailed)	,181		,328	,044	,343	,412	,413	,325	,001	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	,707**	,100	1	,567**	,543**	,570**	,207*	,377**	,420**	,181	,755**

	Sig. (2-tailed)	,000	,328		,000	,000	,000	,042	,000	,000	,077	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	,606**	,205*	,567**	,3531	,481**	,296**	,379**	,268**	,281*		,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,044	,000	,000	,000	,003	,000	,008	,005		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	,464**	,097	,543**	,353**	,4941	,284**	,282**	,223*	,083		,616**
	Sig. (2-tailed)	,000	,343	,000	,000	,000	,005	,005	,028	,416		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.6	Pearson Correlation	,636**	,084	,570**	,481**	,4941	,420**	,322**	,415**	-		,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,412	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,545		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.7	Pearson Correlation	,172	-	,207*	,296**	,284**	,4201	,308**	,023	-		,420**
	Sig. (2-tailed)	,093	,413	,042	,003	,005	,000	,002	,826	,827		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.8	Pearson Correlation	,448**	,101	,377**	,379**	,282**	,322**	,308**	,219*	,192		,586**
	Sig. (2-tailed)	,000	,325	,000	,000	,005	,001	,002	,032	,059		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.9	Pearson Correlation	,441**	,329**	,420**	,268**	,223*	,415**	,023	,219*	1		,562**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,008	,028	,000	,826	,032	,481		,000

	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.10	Pearson Correlation	,146	,607**	,181	,281**	,083	-	-	,192	,072	1	,445**
	Sig. (2-tailed)	,155	,000	,077	,005	,416	,545	,827	,059	,481		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,767**	,462**	,755**	,722**	,616**	,716**	,420**	,586**	,562**	,445*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	10

#### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Kepuasan Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	1	,588**	,318**	,962**	,505**	,226*	,794**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,026	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	,588**	1	,162	,633**	,558**	,297**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000		,113	,000	,000	,003	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	,318**	,162	1	,323**	,226*	,297**	,581**
	Sig. (2-tailed)	,001	,113		,001	,026	,003	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97

Y.4	Pearson Correlation	,962**	,633**	,323**	1	,510**	,250*	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,000	,014	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	,505**	,558**	,226*	,510**	1	,490**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,026	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.6	Pearson Correlation	,226*	,297**	,297**	,250*	,490**	1	,658**
	Sig. (2-tailed)	,026	,003	,003	,014	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,794**	,709**	,581**	,813**	,744**	,658**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

\Cronbach's Alpha	N of Items
,785	6

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	97	27,00	40,00	33,3918	2,85247
Variasi Produk	97	25,00	49,00	39,1340	5,65249
Kualitas Pelayanan	97	33,00	50,00	42,6495	3,70259
Kepuasan Pelanggan	97	22,00	30,00	25,7629	2,43573
Valid N (listwise)	97				

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000

	Std. Deviation	1,70589582
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,056
Test Statistic		,066
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.

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,806	2,768		1,736	,086		
	Harga	,604	,064	,708	9,374	,000	,925	1,081
	Variasi Produk	,071	,032	,166	2,268	,026	,986	1,014
	Kualitas Pelayanan	-,047	,050	-,072	-,948	,346	,913	1,095

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

#### Correlations

		Harga	Variasi Produk	Kualitas Pelayanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1,000	,038	,216*	,024
	Sig. (2-tailed)	.	,709	,034	,818
	N	97	97	97	97
Variasi Produk	Correlation Coefficient	,038	1,000	,144	,005
	Sig. (2-tailed)	,709	.	,159	,964
	N	97	97	97	97
Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	,216*	,144	1,000	-,007
	Sig. (2-tailed)	,034	,159	.	,944

		N	97	97	97	97
Unstandardized Residual	Correlation		,024	,005	-,007	1,000
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)		,818	,964	,944	.
N			97	97	97	97

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,806	2,768		1,736	,086
	Harga	,604	,064	,708	9,374	,000
	Variasi Produk	,071	,032	,166	2,268	,026
	Kualitas Pelayanan	-,047	,050	-,072	-,948	,346

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	290,179	3	96,726	32,200	,000 <sup>b</sup>
	Residual	279,368	93	3,004		
	Total	569,546	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,714 <sup>a</sup>	,509	,494	1,73319

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

## Dokumentasi Responden





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 162 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2024 15 Januari 2024  
Sifat : Biasa  
Lamp : 1 berkas  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth;

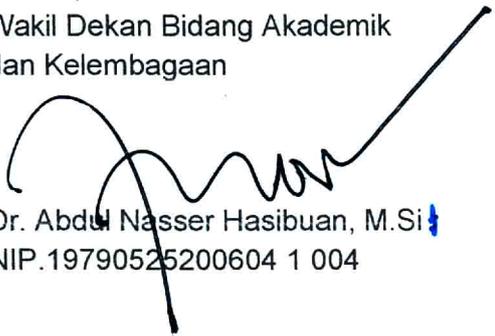
1. Dr. Rukiah, M.Si : Pembimbing I
2. Indah Permatasari Siregar, M.Si : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi tersebut di bawah ini :

Nama : Raihan Annisa  
NIM : 2040200031  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Mr.DIY Padangsidempuan.**

Diharap kepada Ibu untuk menjadi pembimbing mahasiswa tersebut di atas. Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan

  
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si  
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 932 /Un.28/G.2/G.4c/TL.00/06/2024  
Sifat : Biasa  
Lamp : 1 berkas  
Hal : Mohon Izin Riset

13 Juni 2024

Yth; Pimpinan Toko MR. DIY Padangsidempuan

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Raihan Annisa  
NIM : 2040200031  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASSAN PELANGGAN PADA TOKO MR. DIY PADANGSIDIMPUAN"**. Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Administrasi  
Umum Perencanaan dan keuangan

  
Dr. Ruklan, SE., M.Si  
NIP.19760324 200604 2 002

Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



## MR.DIY PADANGSIDIMPUAN

Jl. Sudirman Sigiring-giring, Timbangan, Kec. Padangsidimpuan

Utara, Sumatera Utara 22711, Telp. (021) 30022789

Hal : Surat Balasan Izin Riset

Padangsidimpuan, 24 Juni 2024

Kepada Yth;

Dekan,

Wakil Dekan Bidang Administrasi

Umum Perencanaan dan Keuangan

Di tempat,

Sehubungan dengan surat nomor: 932 /Un.28/G.2/G.4c/TL.00/06/2024 tanggal 13 Juni 2024, perihal mohon izin riset di toko MR.DIY Padangsidimpuan.

Berkenaan dengan hal diatas, dapat kami beritahukan kepada Bapak/Ibu kami menerima Mahasiswi untuk memberikan data yang diperlukan demi menyelesaikan skripsi dengan judul : **"PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO MR.DIY PADANGSIDIMPUAN"**.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Supervisor  
Mr.Diy Padangsidimpuan



Surya Darma