



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BERBELANJA PADA SWALAYAN
88 PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen dan Bisnis*

Oleh

**NOVITA ELISIAH
NIM. 16 402 00211**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BERBELANJA PADA SWALAYAN
88 PADANGSIDIMPUAN**

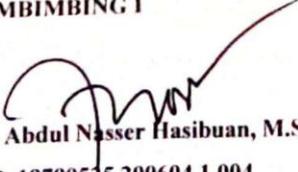
SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen dan Bisnis*

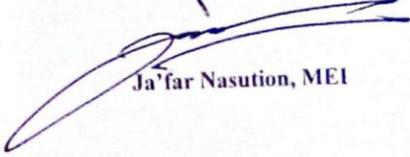
Oleh

**NOVITA ELISIAH
NIM. 16 402 00211**

PEMBIMBING I


**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790515 200604 1 004**

PEMBIMBING II


Ja'far Nasution, MEI

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NOVITA ELISIAH**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 19 Agustus 2020
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

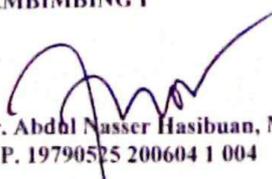
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **NOVITA ELISIAH** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqosyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I


Dr. Abdol Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


Ja'far Nasution, M.E.I.

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : NOVITA ELISIAH
NIM : 16 402 00211
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

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 IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 19 Agustus 2020
Saya yang Menyatakan,



NOVITA ELISIAH
NIM. 16 402 00211

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NOVITA ELISIAH
NIM : 16 402 00211
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidempuan”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 19 Agustus 2020
Yang menyatakan,



**NOVITA ELISIAH
NIM. 16 402 00211**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : NOVITA ELISIAH
NIM : 16 402 00211
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah MB-1
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88
Padangsidimpuan

Ketua

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Sekretaris

Windari, M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Windari, M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 19900122 201801 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 10 September 2020
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 75,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,59
Predikat : PUJIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap
Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan
88 Padangsidimpuan**

**NAMA : NOVITA ELISIAH
NIM : 16 402 00211**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 15 Oktober 2020



Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Novita Elisiah
Nim : 16 402 00211
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan**

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Swalayan 88 berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggannya. Pelanggan yang puas tentu akan mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Namun pada saat peneliti melakukan wawancara kepada para pelanggan terdapat keluhan yang mengatakan pelayanan yang diberikan pihak swalayan kurang cepat dalam melayani konsumen, hal ini terlihat saat konsumen meminta produk yang diinginkan tidak dengan cepat ditanggapi. Hal ini tentu saja jauh dari harapan konsumen, dimana keinginan konsumen untuk mendapatkan kemudahan dalam pelayanan ketika berbelanja tidak terpenuhi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

Penelitian ini didukung oleh teori para ahli yang mengatakan kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Sedangkan harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner (angket). Hasil penelitian diolah dengan menggunakan program SPSS 23. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis (uji F dan Uji t), uji koefisien determinasi (R^2) dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, variabel harga, terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan uji determinasi R^2 *square* variabel sebesar 0,324 atau sama dengan 32,4%. Artinya mampu menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh 32,4% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 67,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidempuan”** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan

dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku pembimbing I dan bapak Ja'far Nasution, MEI., selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, petunjuk, serta nasehat dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Ali Hardana, M.Si., sebagai Validator Angket yang telah menyediakan waktu dan tenaganya dalam memberikan arahan dan bimbingan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum, selaku Kepala Perpustakaan dan pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda Sutopo, Ibunda Mas Rohani Situmorang dan Adik Nova Elianti, Hanna Fazillah, Silvia Anggraini, yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan, harapan dan motivasi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah memberikan kesehatan dan umur yang berkah serta keridhoan kepada mereka. Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.
9. Teruntuk rekan-rekan Ekonomi Syariah 2 Manajemen Bisnis 1, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
10. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu di Swalayan 88 Padangsidempuan yang telah membantu dan memberikan pengetahuan tentang pelayanan di Swalayan 88 Padangsidempuan, Bapak Rudi Lubis, selaku pimpinan Swalayan 88 Padangsidempuan.
11. Terimakasih kepada teman-teman KKL kelompok 36, Desa Tanjung Baru dan teman-teman Magang di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Tapteng angkatan 2016 yang telah menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Terimakasih kepada sahabat peneliti, Masreni Harahap, Sakinah Pasaribu, Winda Sari Tanjung, Novita Sari, Khoiriyah Nasution, Dian Yusuf Siregar, Riski Saputra, Abdullah Rahman, Afrilina Yanti Siagian, Wanda Khairun Nasirin, Rahma Yani Lubis, Ayman Rafarna Gea dan sahabat lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Agustus 2020

Peneliti

NOVITA ELISIAH
NIM. 16 402 0021

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 transliterasinya 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	ħa	ħ	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
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
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
— و	ḍommah	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 vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *ta mar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال . 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* adalah kata sandang yang diikuti oleh 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* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan 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 di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital 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 kapital 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 Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Keterangan Persetujuan Publikasi	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Halaman Pengesahaan Dekan	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	4
E. Definisi Operasional Variabel.....	5
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Kegunaan Penelitian.....	7
H. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Kerangka Teori.....	9
1. Kualitas Pelayanan.....	9
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
c. Kiat-Kiat Pelayanan yang Baik.....	11
2. Harga.....	12
a. Pengertian Harga.....	12
b. Dasar Penetapan Harga.....	13
c. Strategi Penetapan Harga.....	13
d. Tujuan Penetapan Harga.....	15
e. Harga dalam Perspektif Islam.....	16
3. Kepuasan Pelanggan.....	17
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	17
b. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	19
c. Sifat-Sifat Pelanggan.....	20
d. Ciri-Ciri Konsumen yang Puas.....	20
e. Faktor-Faktor Yang memengaruhi Kepuasan Konsumen.....	21

f. Kepuasan dalam Perspektif Islam.....	22
g. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pikir.....	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel.....	32
D. Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
G. Analisis Data.....	37
1. Uji Asumsi Klasik.....	38
a. Uji Normalitas.....	38
b. Uji Linearitas.....	38
c. Uji Multikolinearitas.....	39
d. Uji Heteroskedastisitas.....	39
2. Uji Hipotesis.....	40
a. Uji Simultan (Uji F).....	40
b. Uji Parsial (Uji t).....	40
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	43
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
1. Sejarah Swalayan 88 Padangsidempuan.....	43
2. Visi dan Misi.....	43
3. Struktur Organisasi.....	44
B. Hasil Penelitian.....	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas.....	47
C. Analisis Data.....	50
1. Uji Asumsi Klasik.....	50
a. Uji Normalitas.....	50
b. Uji Linearitas.....	50
c. Uji Multikolinearitas.....	52
d. Uji Heteroskedastisitas.....	53
2. Uji Hipotesis.....	54
a. Uji Simultan (Uji F).....	54
b. Uji Parsial (Uji t).....	55
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56

3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
D. Pembahasan hasil Penelitian.....	58
E. Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		HALAMAN
Tabel 1	Definisi Operasional Variabel.....	6
Tabel 2	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3	Pengukuran Skala Likert.....	34
Tabel 4	Kisi-Kisi Angket Kualitas Pelayanan (X ₁).....	34
Tabel 5	Kisi-Kisi Angket Harga (X ₂).....	34
Tabel 6	Kisi-Kisi Angket Kepuasan Pelanggan (Y).....	35
Tabel 7	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	40
Tabel 8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X ₁).....	46
Tabel 9	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X ₁).....	46
Tabel 10	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X ₂).....	47
Tabel 11	Hasil Uji Reliabilitas Harga (X ₂).....	48
Tabel 12	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	49
Tabel 13	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	49
Tabel 14	Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 15	Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X ₁).....	52
Tabel 16	Uji Linearitas Harga (X ₂).....	52
Tabel 17	Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 18	Uji Simultan (Uji F).....	56
Tabel 19	Uji Parsial (Uji t).....	56
Tabel 20	Hasil Uji Koefisien determinasi (R ²).....	57
Tabel 21	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	58

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

Gambar 1	Kerangka Pikir.....	28
Gambar 2	Struktur Organisasi Swalayan 88 Padangsidempuan...	43
Gambar 3	Uji Heteroskedastisitas.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket
- Lampiran 2 : Tabulasi Angket
- Lampiran 3 : Surat Validasi Angket
- Lampiran 4 : Hasil *Output* SPSS
- Lampiran 5 : t Tabel Statistik
- Lampiran 6 : F tabel Statistik
- Lampiran 7 : r Tabel
- Lampiran 8 : Surat Riset
- Lampiran 9 : Surat Balasan Riset

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat mempertahankan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Konsumen adalah setiap orang pemakai produk atau jasa. Sedangkan pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.¹

Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Pelanggan yang puas tentu akan mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Apabila manfaat yang diberikan melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya apabila kurang dari harapan maka akan kecewa. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi selanjutnya akan meningkatkan loyalitas konsumen. Konsumen bisa dipertahankan dan semakin sering melakukan pembelian berulang (*Repeat Buying*).

¹Rambat dan Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 174.

Masalah kepuasan pelanggan yang sering terjadi dari hasil wawancara terhadap konsumen terkait keluhan para konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pihak swalayan dalam hal kurang cepat dalam melayani konsumen, hal ini terlihat saat konsumen meminta produk yang diinginkan tidak dengan cepat ditanggapi.² Terdapat rak yang tinggi sehingga menyulitkan konsumen untuk mengambil produk yang ada di bagian atas.³ Serta kurangnya informasi mengenai kategorisasi mengenai barang misalnya harga.⁴ Hal ini tentu saja jauh dari harapan konsumen, dimana keinginan konsumen untuk mendapatkan kemudahan dalam pelayanan ketika berbelanja tidak terpenuhi.

Swalayan 88 Padangsidempuan memiliki cara tersendiri untuk memenangkan persaingan bisnis dan mempertahankan eksistensi dan menciptakan serta mempertahankan konsumen. Diantaranya lokasi yang sangat strategis yang berada di Jalan Imam Bonjol, Aek Tampang, Padangsidempuan Selatan, tepat di pusat kota sehingga berada pada keramaian, mudah untuk dijangkau, pelayanan yang cukup baik, kualitas produk yang terjamin dan harganya yang terjangkau dan variatif membuat konsumen merasa puas. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Kesuksesan bisnis sangat tergantung pada faktor kepuasan yang dirasakan oleh konsumen khususnya bagi pelanggan.⁵

²Bapak Riski, Hasil Wawancara dengan Pelanggan Swalayan 88 Padangsidempuan, February 18, 2020. 13:09 WIB.

³Ibu Sakinah, Hasil Wawancara dengan Pelanggan Swalayan 88 Padangsidempuan, February 25, 2020. 11:30 WIB.

⁴Ibu Reni, Hasil Wawancara dengan Pelanggan Swalayan 88 Padangsidempuan, March 14, 2020. 14:45 WIB.

⁵Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 74.

Menurut Lupiyoadi menyebutkan bahwa “Ada lima faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen antara lain kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional, harga, biaya.⁶ Dalam beberapa teori, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan harga. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat membuat pebisnis berpikir lebih dengan memberikan sesuatu hal yang baru agar dapat membuat pelanggan tertarik. Kualitas produk atau jasa layanan yang baik dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya disebut dengan loyalitas pelanggan.

Apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik dan produk jasa yang disajikan berkualitas maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, Swalayan 88 Padangsidempuan ini berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada para pelanggannya seperti kualitas pelayanan dan harga.

Menurut Winata & Nuansyah bahwa “Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”.⁷ Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Swalayan 88 Padangsidempuan belum optimal.

⁶Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hlm. 239.

⁷Novita Sari dan Selfi Setiyowati, “Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PB Swalayan Metro,” *Dalam Jurnal Magister* 3, No. 2 (July 2, 2017): hlm. 191.

Berdasarkan penjabaran dan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang diberikan dapat meningkatkan dan memberikan kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan. Maka peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat disimpulkan identifikasi penelitian sebagai berikut:

1. Pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan kepada konsumen belum sesuai dengan yang diinginkan dan tidak dengan cepat menanggapi permintaan konsumen.
2. Belum terpenuhinya harapan konsumen untuk mendapatkan kemudahan ketika berbelanja.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, dan supaya penelitian ini lebih fokus membahas topik penelitian maka peneliti membatasi penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan ?

E. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian, maka akan dijelaskan definisi operasional variabel dari penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini yang ada pada Swalayan 88 Padangsidempuan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Reability</i> (kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 3. <i>Assurance</i> (jaminan atau kepastian) 4. <i>Empaty</i> (empati) 5. <i>Tangible</i> (bukti fisik).⁸ 	Ordinal
Harga (X_2)	Harga adalah nilai suatu barang dan jasa yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk bertahan hidup. 2. Memaksimalkan 	Ordinal

⁸M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 221.

	dapat diukur dengan sejumlah uang. Harga dalam penelitian ini merupakan harga produk yang ada pada Swalayan 88 Padangsidempuan.	<p>harga.</p> <p>3. Memperbesar market share.</p> <p>4. Mutu produk.</p> <p>5. Karena pesaing.⁹</p>	
Kepuasan Pelanggan (Y)	<p>Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa konsumen setelah membandingkan antara produk dan jasa yang di terima dan yang diharapkan.</p> <p>Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dari kepuasan pelanggan yang ada pada Swalayan 88 Padangsidempuan.</p>	<p>1. Kualitas produk</p> <p>2. Harga</p> <p>3. Biaya</p> <p>4. Kualitas pelayanan.¹⁰</p>	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

⁹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Cet 12 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 229-230.

¹⁰Vinna Sri Yuniarti, *Op Cit*, n.d., hlm. 239.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa wawasan dan ilmu pengetahuan secara teori sehingga mampu dapat mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk menambah pengetahuan secara teori untuk praktisi bagi Swalayan 88 Padangsidimpuan dalam peningkatan pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

3. Bagi Pihak Akademik

Sebagai bahan acuan dan referensi diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan pengetahuan dan memajukan pendidikan.

4. Bagi peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan dapat digunakan oleh peneliti lain dan khalayak umum sebagai bahan referensi sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan pengumpulan data dan gambaran secara ringkas mengenai skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I pendahuluan yang berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional variabel, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II, pada bab ini berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori dan kajian/penelitian terdahulu.

BAB III, pada bab ini berisi metode penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, sumber data penelitian dan analisis data.

BAB IV, pada bab ini berisi tentang gambaran umum Swalayan 88 Padangsidimpuan, hasil analisis dan pembahasan penelitian.

BAB V, pada bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini beserta saran-saran bagi pihak yang terkait dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berpikir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Kualitas jasa merupakan penilaian atas sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan/disampaikan.¹¹

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa

¹¹M. Nur Nasution, *Op Cit*, n.d., hlm. 118.

tergantung pada kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.¹²

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹³ Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mencapai kualitas pelayanan ada beberapa dimensi yang harus dimiliki yaitu:¹⁴

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Karyawan harus dapat diandalkan oleh pelanggan dalam mengatasi segala masalah yang timbul kepada diri pelanggan.

2) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan

¹²Etta Mamang Sungadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 100.

¹³Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 86.

¹⁴M. Nur Rianto, *Op Cit*, n.d., hlm. 221.

baik. Karyawan harus tanggap dalam membantu pelanggan yang kesulitan.

3) Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yaitu kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.

5) Empati (*Empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan.

c. Kiat-Kiat Pelayanan yang Baik

Ada beberapa kiat-kiat pelayanan yang baik bagi perusahaan sebagai berikut:

- 1) Semua transaksi dilayani/dilaksanakan dengan cepat, cermat, tepat dan akurat. Cepat artinya waktu pelayanan tidak terlalu lama, jangan biarkan nasabah terlalu lama mengantri untuk dilayani. Cermat artinya jangan ada yang menyimpang dari

prosedur yang berlaku. Tepat artinya dilayani sesuai dengan keinginan pelanggan.

- 2) Selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- 3) Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu pelanggan.
- 4) Tanggap dan mampu memberikan jawaban atau penjelasan atas keluhan atau keberatan pelanggan, sehingga mampu memberikan respon yang positif pada pelanggan.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.¹⁵ Harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.¹⁶ Harga sering kali disebut sebagai indikator nilai, jika harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa. Pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula.

Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang digunakan dan merasa nyaman maka konsumen tidak akan berpikir dua kali untuk membayar dengan harga yang lebih tinggi untuk

¹⁵Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 289.

¹⁶Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1, Diterjemahkan Dari "Principles Of Marketig, Twelfth Edition" Oleh Bob Sabran, M.M.* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345.

mendapatkan produk tersebut. Jadi harga adalah salah satu unsur terpenting dalam bauran pemasaran yang memiliki nilai yang ditukarkan konsumen dan sangat menentukan laku tidaknya barang dipasaran dengan harga yang telah ditetapkan.

b. Dasar Penetapan Harga

Ada beberapa dasar atau faktor penetapan harga sebagai berikut:¹⁷

1) Faktor Internal yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran dan biaya.

2) Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, persepsi konsumen terhadap harga dan nilai.

c. Strategi Penetapan Harga

Pemilihan strategi harga yang tepat merupakan hal yang penting untuk menarik konsumen. Konsumen yang merasa mendapatkan harga yang cocok dari sebuah peritel akan mendatangi toko, demikian pula sebaliknya konsumen yang tidak mendapatkan harga yang cocok akan meninggalkan atau tidak akan

¹⁷Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), hlm. 85-86.

mendatangi toko tersebut. Pada intinya terdapat dua strategi harga yang digunakan dalam bisnis ritel modern yaitu:

1) Penetapan Harga Tinggi atau Rendah (*High/Low Pricing-HLP*)

Strategi penetapan harga tinggi atau rendah merupakan strategi yang paling sering kita jumpai di toko-toko ritel. Terdapat beberapa pengertian mengenai strategi HLP menurut Utami “Dipahami sebagai penetapan harga diskon temporer untuk unit barang dagangan tertentu, strategi ini biasanya diberlakukan selama beberapa periode dan diikuti oleh minggu-minggu dengan harga normal. Sering pula peritel menggunakan istilah harga promosi, mengingat kebijakan ini dilakukan dengan menggunakan harga spesial yang biasanya berasal dari potongan harga dari pihak atau kesepakatan khusus”.

2) Penetapan Harga Rendah Tiap Hari (*Everyday Low Pricing-EDLP*)

Terdapat beberapa pengertian tentang harga rendah tiap hari, menurut Utami “Bahwa menawarkan harga rendah yang atraktif berlaku konstan pada periode yang lebih lama”. Harga itu lebih rendah dibandingkan harga normal tetapi tidak serendah harga diskon. Strategi penetapan harga seperti ini memungkinkan konsumen selalu memikirkan bahwa harga barang yang dijual selalu murah. Konsep EDLP membuat penurunan harga menjadi suatu obsesi, di mana mereka

mendapatkan harga yang terbaik. Hal ini memerlukan perhatian setiap saat (menit per menit) kepada kompetitor yang agresif. Strateginya adalah tidak semua barang dijual murah, yang dijual murah hanya barang-barang tertentu di mana kita bisa mendapatkan harga murah dari pemasok.¹⁸

d. Tujuan Penetapan Harga

Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:¹⁹

1) Untuk Bertahan Hidup

Penentuan harga dilakukan semurah mungkin, agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

2) Untuk Memaksimalkan Harga

Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi agar penjualan meningkat, sehingga laba menjadi maksimal.

3) Untuk Memperbesar *Market Share*

Maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan.

¹⁸Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 236-237.

¹⁹Kasmir, *Op Cit*, n.d., hlm. 229-230.

4) Mutu Produk

Untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing.

5) Karena Pesaing

Bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.

e. Harga dalam Perspektif Islam

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam islam, harga yang seharusnya berlaku dipasar yaitu harga yang adil.²⁰ Pasar juga harus berdiri atas prinsip persaingan bebas (*perfect competition*) tanpa tekanan siapapun, rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa atau tertipu pada tingkat harga tertentu. Firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa' ayat 29.²¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah

²⁰Isnaini Harahap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 107.

²¹Departemen Agama RI, *Op Cit*, n.d., hlm. 29.

kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.

Dalam ayat di atas menyatakan bahwa transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebagai wujud dari komitmen syariah islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi dan penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain.

Selanjutnya ayat di atas menekankan juga keharusan adanya kerelaan antara kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. Ijab dan kabul, atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.²²

3. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika

²²*Op Cit*, n.d., hlm. 393.

kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.²³

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.²⁴ Kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.²⁵ Pelanggan merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan. Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang pelanggan sering kali melihat dari nilai lebih suatu produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian produk (jasa).

²³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1, Diterjemahkan Dari "Marketing Management" Oleh Bob Sabran, M.M.* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 138-139.

²⁴Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2012), hlm. 193.

²⁵Rambat dan Hamdani, *Op Cit*, n.d., hlm. 174.

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.²⁶ Menurut Kotler menyatakan “Bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”.²⁷ Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen setelah menggunakan sebuah produk atau jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan produk atau jasa menyenangkan hati.

b. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan Dan Saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer-centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar, dan sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah.

²⁶Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 162.

²⁷M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hlm.

2) Survei Kepuasan Pelanggan

Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

c. Sifat-Sifat Pelanggan

Berikut sifat-sifat pelanggan yang harus dikenali oleh perusahaan yaitu:²⁸

- 1) Pelanggan dianggap sebagai raja.
- 2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
- 3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
- 4) Pelanggan mau diperhatikan.
- 5) Pelanggan merupakan sumber pendapatan perusahaan.

d. Ciri-Ciri Konsumen yang Puas

Kotler menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

- 1) Loyal terhadap produk, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.
- 2) Adanya komunikasi dari mulut kemulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain mengatakan

²⁸M. Nur Rianto, *Op Cit*, n.d., hlm. 223.

hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang dikonsumsi.

- 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.

e. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Lupiyoadi, menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut:²⁹

- 1) Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- 3) Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk

²⁹*Op Cit*, n.d., hlm. 239.

mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

f. Kepuasan dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam islam mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan dalam rasa syukur.³⁰

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu *Hablum Minallah* (hubungan baik kepada Allah) dan *Hablum Minannas* (hubungan baik dengan sesama manusia). Dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik sesama manusia), Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 159.³¹

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka,

³⁰Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya," *Dalam Jurnal Ekonomi Islam* 2, No. 4 (April 4, 2015): hlm. 327.

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bogor: CV J-ART, 2004), hlm. 71.

mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Dalam ayat ini Allah menjelaskan dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara pelanggan dan pembeli (hubungan baik kepada manusia), ayat ini memberikan pedoman kepada mukmin (pelanggan) agar berlemah lembut (memuaskan kepada obyek *costumer*/pelanggan). Dalam memberikan kualitas pelayanan kita harus lemah lembut agar pelanggan puas dengan apa yang kita berikan. Sekiranya engkau berlaku keras, buruk perangai, kasar kata, tidak peka terhadap orang lain, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.³² Bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain.

g. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas jasa merupakan penilaian atas sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan/disampaikan. Konsumen akan merasa puas jika

³²M. Quraish Sihab, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2012), hlm. 242.

pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen, demikian sebaliknya konsumen tidak akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa yang tidak menyenangkan hati para konsumen. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.³³

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai perbandingan dalam menganalisis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nurul Izzah, (Jurnal, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2018) ³⁴ http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/attijarah/article/view/1081	Analisis Loyalitas Konsumen Tupperware	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen Tupperware.

³³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Op Cit*, n.d., hlm. 138-139

³⁴“[Http://Jurnal.Iain-Padangsidempuan.Ac.Id/Index.Php/Attijarah/Article/View/1081,](http://Jurnal.Iain-Padangsidempuan.Ac.Id/Index.Php/Attijarah/Article/View/1081)”

2	Ade Syarif Maulana, (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul Jakarta, Jakarta, 2016) ³⁵ https://media.neliti.com/media/publications/78663-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-harga-te.pdf	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI.
3	Lina Sari Situmeang, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017) ³⁶ http://repository.uinsu.ac.id/3127/1/SKRIPSI.pdf	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan.
4	Rini Kartika Sari, dkk, (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, Jawa Timur, 2016) ³⁷ https://jurnal.unej.ac.id/index.php/BISMA/article/view/5987	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan <i>Online Shopping</i> Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan <i>online shopping</i> .
5	Kadek Mega Sari, (Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat

³⁵“<https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/78663-ID-Pengaruh-Kualitas-Pelayanan-Dan-Harga-Te.Pdf>,” n.d.

³⁶“<http://Repository.Uinsu.Ac.Id/3127/1/SKRIPSI.Pdf>,” n.d.

³⁷“<https://Jurnal.Unej.Ac.Id/Index.Php/BISMA/Article/View/5987>,” n.d.

	Nusantara PGRI Kediri, 2015) ³⁸ http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2015/10.1.02.02.0251.pdf	Konsumen pada Swalayan Surya Kwadungan Kediri	pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Kwadungan Kediri.
6	Mita Alifia Roselina, (Jurnal, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, Jawa Tengah, 2019) ³⁹ http://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/view/1636	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap kepuasan konsumen Elsa Hijab Semarang

Adapun persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

- 1) Nurul Izzah, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel independen tentang harga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen.
- 2) Ade Syarif Maulana, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitiannya. Ade Syarif Maulana, meneliti di PT. TOI,

³⁸“[Http://Simki.Unpkediri.Ac.Id/Mahasiswa/File_artikel/2015/10.1.02.02.0251.Pdf](http://Simki.Unpkediri.Ac.Id/Mahasiswa/File_artikel/2015/10.1.02.02.0251.Pdf),” n.d.

³⁹“[Http://Journals.Usm.Ac.Id/Index.Php/Solusi/Article/View/1636](http://Journals.Usm.Ac.Id/Index.Php/Solusi/Article/View/1636),” n.d.

sedangkan peneliti melakukan penelitian di Swalayan 88 Padangsidempuan.

- 3) Lina Sari Situmeang, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel independen tentang Kualitas Pelayanan dan Harga. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu menambahkan lokasi sebagai tambahan variabel independen di dalam penelitiannya.
- 4) Rini Kartika Sari, dkk, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan harga sebagai variabel independen dalam penelitiannya. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dalam penelitian ini harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 5) Kadek Mega Sari, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menggunakan analisis deskriptif sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan analisis deskriptif.
- 6) Mita Alifia Roselina, persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menggunakan teknik *purposive sampling* sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik sampel insidental.

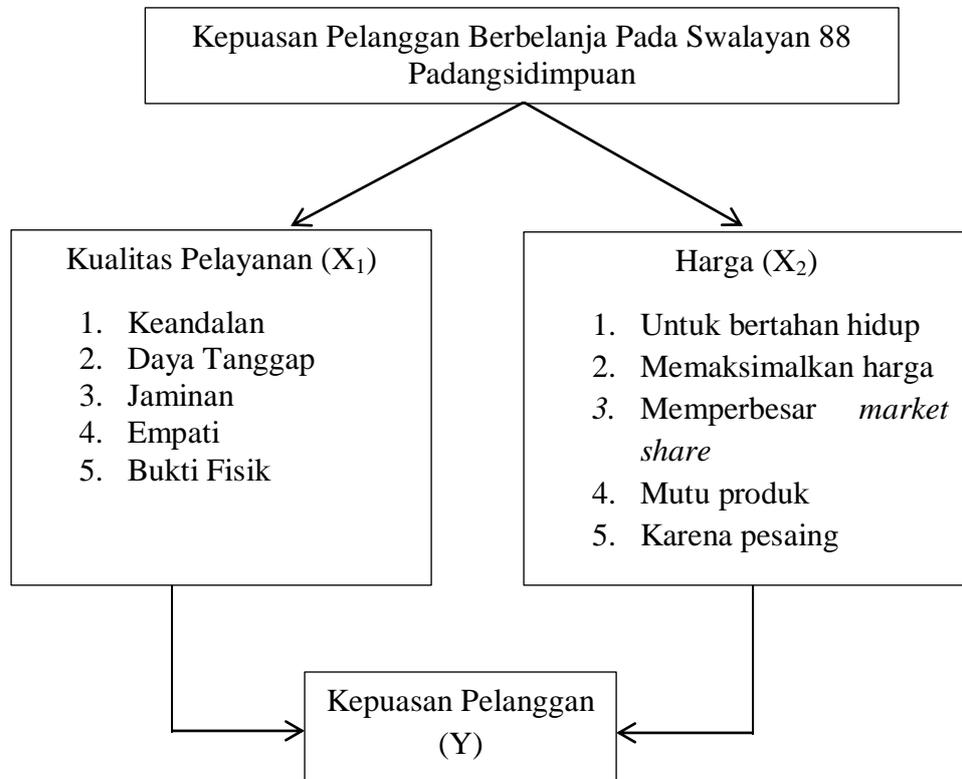
C. Kerangka Pikir

Suatu perusahaan yang menginginkan agar perusahaannya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan, hal tersebut berarti pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Jika pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan kegiatan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut dikemudian hari serta pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan.

Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*). Sedangkan harga memiliki tujuan penetapan harga yaitu untuk bertahan hidup, memaksimalkan harga, memperbesar market share, mutu produk, karena pesaing.

Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan semacam dugaan sementara yang mengandung pernyataan-pernyataan ilmiah, tetapi masih memerlukan pengujian.⁴⁰ Oleh karena itu, hipotesis dibuat berdasarkan hasil penelitian masa lalu atau berdasarkan data-data yang telah ada sebelum penelitian dilakukan secara lebih lanjut yang tujuannya untuk menguji kembali hipotesis tersebut. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan di uji dalam penelitian adalah:

⁴⁰Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 187.

H_{o1} : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

H_{a1} : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

H_{o2} : Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

H_{a2} : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

H_{o3} : Kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

H_{a3} : Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Swalayan 88 Padangsidimpuan, Jl. Imam Bonjol, Aek Tampang Padangsidimpuan. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari 2020 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, yakni menggunakan data berupa angka-angka dan analisis statistik.⁴¹ Penelitian kuantitatif memerlukan adanya hipotesis dan pengujian untuk menentukan tahapan selanjutnya dengan menentukan teknik analisa dan uji statistik yang digunakan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Arikunto mendefinisikan populasi adalah keseluruhan objek penelitian.⁴² Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik unuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.⁴³

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Swalayan 88 Padangsidimpuan yang jumlahnya 147.420 orang yang di ambil dari data tahun 2019.

⁴¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 12.

⁴²Beni Ahmad Saebani dan Kadar Nurjaman, *Manajemen Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 59.

⁴³Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Edisi Keempat (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 118.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi.⁴⁴ Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.⁴⁵

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran Populasi

e: persentasi kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan sekitar 10%

Berdasarkan data yang diperoleh dari jumlah pelanggan dengan menggunakan nilai kritis sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel sebanyak:

$$n = \frac{147.420}{1 + 147.420 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{147.420}{1 + 147.420 (0.01)}$$

$$n = \frac{147.420}{1 + 1.474,2} = 99,93/ 100 \text{ responden}$$

⁴⁴Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 271.

⁴⁵Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: PT Grasindo, 2009), hlm. 147.

Jadi, jumlah responden yang akan diteliti sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi sampel insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁴⁶

D. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer juga diartikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.⁴⁷

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah:

⁴⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 96.

⁴⁷*Op Cit*, n.d., hlm. 157.

1. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara bebas baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas mengenai obyek penelitian. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁴⁸

2. Metode Kuesioner

Metode kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket. Pada umumnya isi materi kuesioner meliputi identitas responden dan butir-butir pertanyaan variabel penelitian beserta alternatif jawaban. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Instrument pertanyaan ini akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang diwakili oleh setiap nilai skor seperti yang tercantum pada skala likert dibawah ini:

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 137.

Tabel III.1
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai Positif	5	4	3	2	1
Nilai Negatif	1	2	3	4	5

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Tabel III.2
Kisi-Kisi Angket
Kualitas Pelayanan (X₁)

No	Variabel X₁	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Kualitas Pelayanan	1. <i>Reability</i> (Keandalan)	1, 2
		2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	3,4
		3. <i>Asurance</i> (Asuransi atau Kepastian)	5,6
		4. <i>Empaty</i> (Empati)	7,8
		5. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	9,10

Tabel III.3
Kisi-Kisi Angket
Harga (X₂)

No	Variabel X₂	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Harga	1. Bertahan hidup	1,2
		2. Memaksimalkan harga	3,4
		3. Memperbesar <i>Market Share</i>	5,6
		4. Mutu produk	7,8
		5. Karena pesaing	9,10

Tabel III.4
Kisi-Kisi Angket
Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Variabel Y	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Kepuasan Pelanggan	1. Kualitas produk	1,2
		2. Harga	3,4
		3. Biaya	5,6
		4. Kualitas Pelayanan	7,8

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kualitas data yang diperoleh dari penelitian adalah bergantung kepada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan dengan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pernyataan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada suatu pernyataan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil *r*-hitung (nilai *person correlation*) yang dibandingkan dengan *r*-tabel, dimana *r*-tabel dapat diperoleh melalui *df* (*degree off freedom*) = $n-2$ (signifikan 10% n = jumlah sampel). Jika nilai positif dan *r* hitung > *r* tabel maka valid. Uji

validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS 23.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan mantap atau konsisten, apabila untuk mengukur sesuatu berulang kali, alat pengukur itu menunjukkan hasil yang sama, dalam kondisi yang sama.⁴⁹ Mengukur instrumen terhadap ketepatan (konsisten). Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *croanbach alpha* $> 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah andal atau *reliable*. Dengan ketentuan, jika nilai *croanbach alpha* $< 0,60$ maka pernyataan-pernyataan digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak *reliable*.

G. Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengelolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data juga merupakan suatu metode

⁴⁹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm 131.

yang digunakan untuk mengelolah suatu data penelitian dengan menggunakan:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji *one sample kolmogrov-smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi normal. Jika signifikan kurang dari 0,1 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal, tetapi jika signifikan lebih besar dari 0,1 maka data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Secara umum uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:⁵⁰

- a) Jika nilai signifikan (*Linearity*) $< 0,10$ maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear.
- b) Jika nilai signifikan (*Linearity*) $> 0,10$ maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear.

⁵⁰Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 79.

c. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Untuk mengetahui nilai multikolinearitas dapat melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*.

Melihat nilai VIF:

- 1) Jika nilai VIF $< 10,00$ tidak ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai VIF $> 10,00$ ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai *Tolerance*:

- 1) Jika nilai *tolerance* $< 0,01$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai *tolerance* $> 0,01$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan *variance* dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas dengan kepuasan pelanggan, yaitu:

Signifikan $> 0,01$ artinya data tidak terkena heteroskedastisitas.

Signifikan $< 0,01$ artinya data terkena heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansi. Ketentuan dalam uji F adalah:

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima,

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,10. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien

determinasi (R^2) antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk melihat tingkat hubungan antar variabel digunakan nilai koefisien korelasi (R), interpretasinya adalah sebagai berikut:

Tabel III.5
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

- $b_1 b_2$: Koefisien Regresi
- X_1 : Kualitas Pelayanan
- X_2 : Harga
- e : *Error* (tingkat kesalahan buku)

BAB IV

HASIL PELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Swalayan 88 Padangsidimpuan

Swalayan 88 Padangsidimpuan berdiri pada tanggal 08 Agustus 2005 yang berlokasi di Jl. Imam Bonjol, Aek Tampang Padangsidimpuan yang didirikan oleh Bapak Rudi Lubis selaku pimpinan Swalayan 88 Padangsidimpuan, dengan memiliki 24 karyawan yang bekerja didalamnya. Swalayan 88 Padangsidimpuan merupakan salah satu sarana pemasaran produk, dengan menyediakan beraneka macam jenis produk kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, minuman, alat tulis, peralatan bayi, peralatan elektronik, kosmetik dan lain-lain.

Awal mula pembentukan nama swalayan 88 Padangsidimpuan diambil dari tanggal dan bulan berdirinya swalayan 88 Padangsidimpuan yaitu tanggal 08 bulan 08 yang kemudian digabungkan oleh Bapak Rudi Lubis menjadi 88 maka terbentuklah Swalayan 88 Padangsidimpuan.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Memberikan Kepuasan Kepada konsumen dalam berbelanja.

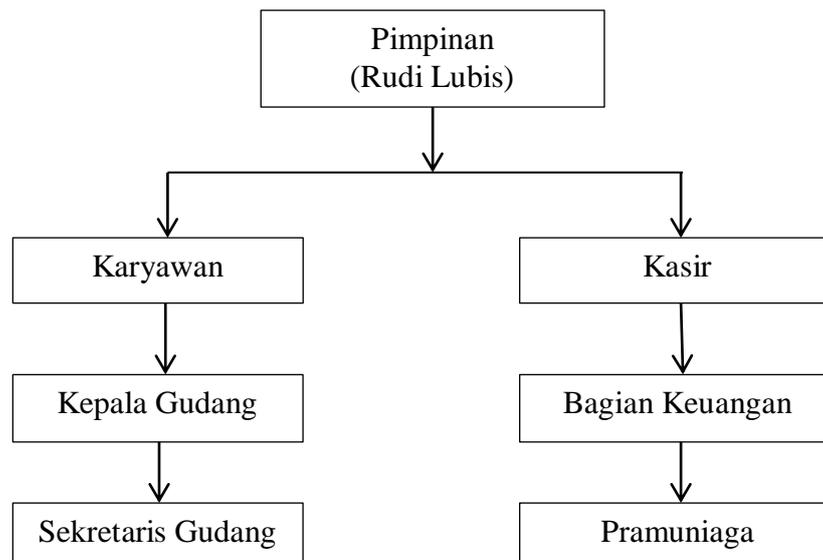
b. Misi

Berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

3. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Swalayan 88 Padangsidimpuan yaitu sebagai berikut:

Gambar IV.1
Struktur Organisasi Swalayan 88 Padangsidimpuan



Sumber: Swalayan 88 Padangsidimpuan

Tugas dan Tanggungjawab Setiap Bagian

1. Pimpinan

Pimpinan merupakan seorang yang memegang kekuasaan tertinggi dalam suatu perusahaan/organisasi yang

bertanggungjawab atas seluruh aktivitas usaha serta berperan dalam mengontrol kinerja pada semua bagian dibawahnya.

2. Karyawan

Karyawan adalah orang yang bertugas sebagai pekerja pada suatu perusahaan/organisasi untuk melakukan operasional tempat kerjanya.

3. Kasir

Kasir yang bertugas dalam melayani konsumen yang berbelanja untuk melakukan pembayaran, menyimpan dan mengatur uang masuk dan uang keluar dari hasil pembelian dan penjualan barang dagangan.

4. Bagian Keuangan

Adapun tugas bagian keuangan adalah menyusun strategi sekaligus mengawasi penataan keuangan perusahaan, melakukan evaluasi terhadap sistem penataan keuangan perusahaan, serta membuat laporan perusahaan berupa neraca serta mencatat pemasukan dan pengeluaran perusahaan.

5. Kepala Gudang

Bertindak sebagai penanggungjawab persediaan barang dan mengontrol barang yang masuk berdasarkan pesanan dan barang keluar yang dijual kepada konsumen.

6. Sekretaris Gudang

Mencatat semua persediaan barang, baik barang yang masuk ataupun barang yang sudah terjual dan membuat laporan *inventory* setiap bulan.

7. Pramuniaga

Pramuniaga bertugas melayani konsumen berbelanja seperti membantu konsumen dalam menemukan produk yang dibutuhkan, memberikan penjelasan mengenai produk dan lain sebagainya.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berikut tabel yang menunjukkan hasil dari uji validitas untuk masing-masing soal:

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,608	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}= 0,1654$	Valid
2	0,422		Valid
3	0,555		Valid
4	0,671		Valid
5	0,665		Valid
6	0,650		Valid
7	0,540		Valid
8	0,701		Valid
9	0,443		Valid
10	0,470		Valid
11	0,594		Valid
12	0,520		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Dari hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan soal 1 sampai dengan 12 adalah valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100-2=98$ jadi r_{tabel} sebesar 0,1654. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X1), adalah sebagai berikut:

2. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.2
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	12

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan tabel 9 *Reliability Statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliabel, dengan nilai *cronbach's alpha* $> 0,600$ atau $(0,806 > 0,600)$ maka dinyatakan reliabel.

3. Uji Validitas Harga

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berikut tabel yang menunjukkan hasil dari uji validitas untuk masing-masing soal:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,642	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$. Pada taraf signifikansi 10%	Valid
2	0,778		Valid
3	0,427		Valid

4	0,577	sehingga diperoleh $r_{tabel} =$	Valid
5	0,771		0,1654

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Dari hasil uji validitas variabel harga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan soal 1 sampai dengan 12 adalah valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100-2=98$ jadi r_{tabel} sebesar 0,1654. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas variabel harga (X2), adalah sebagai berikut:

4. Uji Reliabilitas Harga

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	5

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan tabel 10 *Reliability Statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel harga adalah reliabel, dengan nilai *cronbach's alpha* $>0,600$ atau $(0,617 > 0,600)$ maka dinyatakan reliabel.

5. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berikut tabel yang menunjukkan hasil dari uji validitas untuk masing-masing soal:

Tabel IV.5

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,383	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}= 0,1654$	Valid
2	0,429		Valid
3	0,218		Valid
4	0,611		Valid
5	0,376		Valid
6	0,530		Valid
7	0,470		Valid
8	0,526		Valid
9	0,527		Valid
10	0,537		Valid
11	0,576		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Dari hasil uji validitas variabel kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan soal 1 sampai dengan 12 adalah valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=100-2=98$ jadi r_{tabel} sebesar 0,1654. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas variabel kepuasan pelanggan (Y), adalah sebagai berikut:

6. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	11

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan tabel 10 *Reliability Statistics* di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel, dengan nilai

cronbach's alpha >0,600 atau (0,640 > 0,600) maka dinyatakan reliabel.

C. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV.7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameter	Std. Deviation	2.09627040
$S^{a,b}$		
Most	Absolute	.070
Extreme	Positive	.056
Differenc	Negative	-.070
es		
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,200. Dimana nilai signifikansi adalah 0,1 dan nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* yang diperoleh sebesar 0,200. Artinya nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* yang diperoleh lebih besar dari 0,1 maka

dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak.

a) Uji Linearitas Kualitas Pelayanan

Uji linearitas variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.8
Uji Linearitas Kualitas Pelayanan (X1)
ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Kepuasan_Pelanggan * Kualitas_Pelayanan	Between Groups	(Combined)	208.032	19	10.949	2.012	.017
		Linearity	100.429	1	100.429	18.455	.000
		Deviation from Linearity	107.602	18	5.978	1.098	.369
	Within Groups	435.358	80	5.442			
	Total	643.390	99				

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan nilai linear di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada linear sebesar 0,000. Dapat dilihat bahwa nilai signifikan 0,000 kurang dari 0,10 maka variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan memiliki hubungan linear.

b) Uji Linearitas Harga

Uji linearitas variabel harga dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.9
Uji Linearitas Harga (X2)

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Pelanggan *	Between Groups	(Combined)	278.245	8	34.781	8.668	.000
		Linearity	194.884	1	194.884	48.568	.000
		Deviation from Linearity	83.361	7	11.909	2.968	.008
	Within Groups		365.145	91	4.013		
	Total		643.390	99			

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan nilai linear di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada linear sebesar 0,000. Dapat dilihat bahwa nilai signifikan 0,000 kurang dari 0,10 maka variabel harga dengan variabel kepuasan pelanggan memiliki hubungan linear.

c. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel IV.10
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	30.160	2.679		11.257	.000		
Kualitas_Pelayanan	.108	.055	.185	1.972	.052	.787	1.270
Harga	.637	.128	.465	4.965	.000	.787	1.270

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan hasil dari uji multikolinearitas yang telah dilakukan, maka dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* variabel kualitas pelayanan adalah 0,787 dan nilai *tolerance* variabel harga adalah 0,787. Kedua variabel tersebut memiliki nilai *tolerance* $0,787 > 0,10$. Sedangkan koefisien VIF untuk variabel kualitas

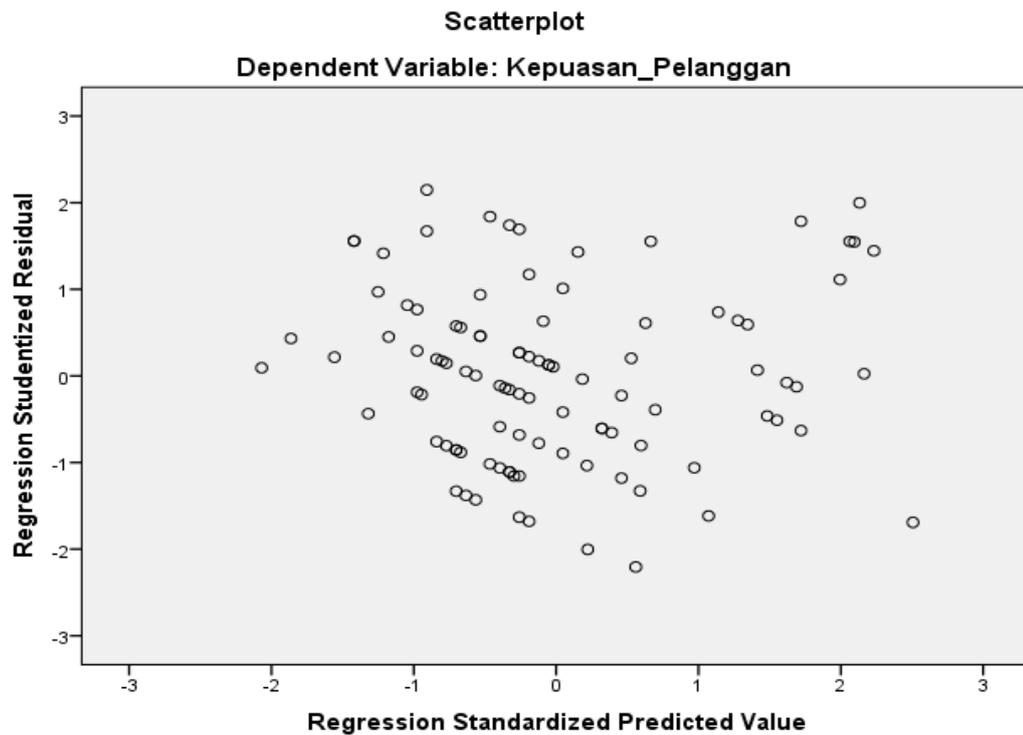
pelayanan adalah 1,270 dan untuk variabel harga adalah 1,270. Nilai VIF masing-masing variabel tersebut $1,270 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar IV.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan gambar tersebut tidak ditemukan pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Berikut ini merupakan hasil dari uji simultan (uji F) pada penelitian ini:

Tabel IV.11
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208.349	2	104.175	23.228	.000 _b
	Residual	435.041	97	4.485		
	Total	643.390	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan hasil dari uji F yang telah dilakukan maka diketahui bahwa F_{hitung} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $100 - 2 - 1 = 97$ yaitu sebesar 2,36, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, $23,228 > 2,36$ maka H_{a3} diterima H_{03} ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan secara simultan.

b. Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji parsial (uji t) dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel IV.12
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.435	2.712		11.223	.000
	Kualitas_Pelayanan	.100	.057	.166	1.733	.086
	Harga	.643	.131	.469	4.905	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan hasil dari uji t yang telah dilakukan maka diketahui bahwa dengan melihat dk (derajat kebebasan) = $N - 2$, dimana N adalah jumlah data dalam penelitian ini ($dk = 100 - 2 = 98$)

sehingga t_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 1,290. Berdasarkan hasil *output* di atas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $1,733 > 1,290$ maka H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan.

Sedangkan variabel harga sebesar $4,905 > 1,290$ maka H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut hasil dari uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel IV.13
Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.324	.310	2.118

Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dari tabel di atas diperoleh nilai 0,569 menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan sebesar 0,569 yang berarti jika diinterpretasikan dari tabel nilai R, maka berada pada interpretasi dengan tingkat hubungan yang sedang. Nilai R^2 sebesar 0,324 atau 32,4% yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan

pengaruh 32,4% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 67,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel IV.14
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.435	2.712		11.223	.000
	Kualitas_Pelayanan	.100	.057	.166	1.733	.086
	Harga	.643	.131	.469	4.905	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan
Sumber: Data diolah, SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$\hat{Y} = 30,435 + 0,100 + 0,643$$

Penjelasan analisis regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta sebesar 30,435 artinya jika kualitas pelayanan dan harga nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan nilainya adalah 30,435.

- b. Jika nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan sebesar:

$$=30,435 + 0,100$$

$$=30,535, \text{ maka naik}$$

$$=30,535 \times 100\%$$

$$=3053,5\%$$

- c. Jika nilai koefisien regresi variabel harga meningkat 1 satuan, sementara variabel lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan sebesar:

$$=30,435 + 0,643$$

$$=31,078, \text{ maka naik}$$

$$=31,078 \times 100\%$$

$$=3107,8\%$$

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi nilai R sebesar 0,569 menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Jika diinterpretasikan dari tabel nilai R sebesar 56,9% berarti memiliki pengaruh sedang. Nilai koefisien determinasi (r^2) yang dapat dilihat dari nilai R *square* sebesar 0,324. Hal ini menjelaskan bahwa variabel kualitas

pelayanan dan harga memberikan pengaruh sebesar 32,4% terhadap variabel kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 67,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil dari uji t yang telah dilakukan maka diketahui bahwa dengan melihat dk (derajat kebebasan) = $N-2$, dimana N adalah jumlah data dalam penelitian ini ($dk = 100-2=98$) sehingga t_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 1,290. Berdasarkan hasil dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $1,733 > 1,290$ maka H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori M. Nur Nasution dalam buku “*Manajemen Jasa Terpadu*” menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas jasa merupakan penilaian atas sejauh mana suatu jasa sesuai dengan apa yang seharusnya diberikan/disampaikan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Mitha Alifia Roselina dan Asih Niati yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap

Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil dari uji t yang telah dilakukan maka diketahui bahwa dengan melihat dk (derajat kebebasan) = $N-2$, dimana N adalah jumlah data dalam penelitian ini ($dk = 100-2=98$) sehingga t_{tabel} dalam penelitian ini adalah sebesar 1,290. Berdasarkan hasil dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel harga sebesar $4,905 > 1,290$ maka H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori Abdul Manap dalam buku "*Revolusi Manajemen Pemasaran*" menyatakan bahwa "Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ade Syarif Maulana yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. TOI.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Rini Kartika Sari, dkk, yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan *Online Shopping* Pada Mahasiswa Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *online Shopping*.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

Berdasarkan hasil dari uji F yang telah dilakukan maka diketahui bahwa F_{hitung} diperoleh dari rumus $df = n-k-1$ atau $100-2-1=97$ yaitu sebesar 2,36, dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$, $23,228 > 2,36$ maka H_{a3} diterima H_{03} ditolak artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan secara simultan.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori Vinna Sri Yuniarti dalam buku "*Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*" menyatakan bahwa "Kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen, demikian sebaliknya konsumen tidak akan merasa puas jika pelayanan yang

diberikan dari produk dan jasa yang tidak menyenangkan hati para konsumen”.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Kadek Mega Sari yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Surya Kwadungan Kediri menyatakan bahwa secara simultan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Surya Kwadungan Kediri.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar diperoleh hasil sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya untuk mendapatkan hasil yang sempurna tidaklah mudah., sebab dalam proses pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan peneliti yang dihadapi selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam materi seperti buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini membuat peneliti mendapatkan kendala dalam teori penelitian skripsi ini.
2. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang dalam melakukan penulisan skripsi.
3. Dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran dari responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada

kuesioner dan terkadang responden tidak memiliki waktu yang banyak sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Meskipun demikian, peneliti tetap berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidimpuan dengan metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai 0,569 menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan sebesar 0,569 yang berarti jika di interpretasikan dari tabel nilai R, maka berada pada interpretasi dengan tingkat hubungan yang sedang. Nilai R^2 sebesar 0,324 atau 32,4% yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh 32,4% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 67,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda nilai konstanta adalah sebesar 30,435 artinya jika kualitas pelayanan dan harga nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan nilainya adalah 30,435. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,100 yang menunjukkan bahwa jika variabel independen lain tetap dan kualitas pelayanan meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,100. Koefisien bernilai positif artinya

terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel harga adalah sebesar 0,643 yang menunjukkan bahwa jika variabel independen lain tetap dan harga meningkat 1 satuan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,643. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dengan kepuasan pelanggan.

3. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan. Hal tersebut dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} 1,733 > t_{tabel} 1,290$.
4. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan. Hal tersebut dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} 4,905 > t_{tabel} 1,290$.
5. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan. Hal tersebut dibuktikan dengan melihat nilai $F_{hitung} 23,228 > F_{tabel} 2.36$, maka H_{a3} diterima H_{03} ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan disarankan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sebaiknya sesuai dengan standar pelayanan yang sudah ditetapkan.
2. Bagi pelanggan Swalayan 88 Padangsidempuan jadilah pelanggan yang cerdas yang dapat memperhatikan harga suatu produk dengan baik dan memperhatikan pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan. Apabila pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan kurang sesuai dengan harapan pelanggan, maka berikan kritik, saran dan keluhan sehingga pihak Swalayan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang mereka berikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang dimuat dalam penelitian ini agar menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, karena masih ada faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada Swalayan 88 Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Abdul Hamid, *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, Malang: UIN-Maliki Press, 2010.
- Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta: PT Grasindo, 2009.
- Beni Ahmad Saebani dan Kadar Nurjaman, *Manajemen Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bogor: CV J-ART, 2004.
- Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Eman Suherman, *Business Entrepreneur*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Etta Mamang Sungadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.

Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

Isnaini Harahap, dkk. *Hadis-Hadis Ekonomi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2011.

Kasmir, *Manajemen Perbankan, cet 12*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

_____, *Pemasaran bank*, Jakarta: Prenada Media Group, 2004.

M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.

M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007.

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi keempat*, Jakarta: Erlangga, 2013.

M. Quraish Sihab, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentara Hati, 2002.

Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesi, 2011.

Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi kedua belas jilid 1, Diterjemahkan dari "Principles Of Marketig, Twelfth Edition"* oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga, 2008.

_____, *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1, Diterjemahkan dari "Marketing Management"* oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga, 2009.

Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2017.

_____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

_____, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

Sumber Jurnal dan Skripsi:

Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya”, *dalam Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 2, No. 4, April 2015.

Novita Sari dan Selfi Setiyowati, “Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di PB Swalayan Metro”, *Dalam Jurnal Manajemen Magister*, Volume 3, No.2, 02 Juli 2017.

Hasil Wawancara:

Hasil wawancara dengan Pelanggan (Bapak Riski) Swalayan 88 Padangsidempuan, 18 Februari 2020, 13:09 WIB.

Hasil wawancara dengan Pelanggan (Ibu Sakinah) Swalayan 88 Padangsidempuan, 25 Februari 2020, 11:30 WIB.

Hasil wawancara dengan Pelanggan (Ibu Reni) Swalayan 88 Padangsidempuan, 14 Maret 2020, 14:45 WIB.

CURUCULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : NOVITA ELISIAH
NIM : 16 402 00211
Tempat tanggal lahir : Padangsidimpuan, 19 Nopember 1998
Jenis kelamin : Perempuan
Anak Ke : 1 dari 4 bersaudara
Alamat : JL. DR. Payungan DLT Gg.Amal,
Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Kota
Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara
Agama : Islam
Nomor HP : 0823 6112 5997
Email : novitaelisiah64@gmail.com

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Sutopo
Pekerjaan : Buruh Harian Lepas
Nama Ibu : Mas Rohani Situmorang
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : JL. DR. Payungan DLT Gg.Amal,
Kecamatan Padangsidimpuan Utara, Kota
Padangsidimpuan, Provinsi Sumatera Utara

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD Negeri 200109/14 Padangsidimpuan
Tahun 2010-2013 : MTS YPKS Padangsidimpuan
Tahun 2013-2016 : SMA Negeri 6 Padangsidimpuan
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah
Konsenterasi Manajemen Bisnis Institut Agama
Islam Negeri Padangsidimpuan

Lampiran 1

KATA PENGANTAR UNTUK KUESIONER (ANGKET)

Perihal :
Lampiran :

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di Tempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam dalam bidang ilmu Ekonomi Syari'ah dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan”**.
3. Peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang disediakan dan jawaban tersebut dijamin kerahasiaannya serta tidak berpengaruh terhadap kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai pelanggan.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan waktu untuk membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Peneliti

Novita Elisiah
16 402 00211

X9	Pearson Correlation	.047	-.055	.287**	.456**	.252*	.263**	.050	.318**	1	.180	.170	.185
	Sig. (2-tailed)	.644	.584	.004	.000	.011	.008	.622	.001		.073	.091	.065
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	.345**	.084	.157	.401**	.032	.169	.208*	.176	.180	1	.182	-.011
	Sig. (2-tailed)	.000	.403	.118	.000	.755	.093	.038	.080	.073		.071	.910
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	.393**	.234*	.287**	.225*	.294**	.269**	.255*	.383**	.170	.182	1	.397**
	Sig. (2-tailed)	.000	.019	.004	.024	.003	.007	.011	.000	.091	.071		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	.259**	.173	.339**	.185	.334**	.302**	.273*	.380**	.185	-.011	.397**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.085	.001	.065	.001	.002	.006	.000	.065	.910	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.608**	.422**	.555**	.671**	.665**	.650**	.540*	.701**	.443**	.470**	.594**	.520**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Validitas Harga

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	Total
X1	Pearson Correlation	1	.543**	.141	.108	.333**	.642**
	Sig. (2-tailed)		.000	.162	.285	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.543**	1	.067	.406**	.575**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.509	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.141	.067	1	.028	.029	.427**
	Sig. (2-tailed)	.162	.509		.782	.774	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.108	.406**	.028	1	.418**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.285	.000	.782		.000	.000

Y9	Pearson Correlation	.067	.065	-.048	.159	.065	.308**	.106	.098	1	.524**	.401**
	Sig. (2-tailed)	.506	.522	.634	.114	.523	.002	.292	.334		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	-.051	.148	.126	.119	.234*	.267**	.022	.101	.524**	1	.277**
	Sig. (2-tailed)	.615	.142	.210	.240	.019	.007	.829	.317	.000		.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	.194	.154	.042	.347**	.027	.233*	.195	.120	.401**	.277**	1
	Sig. (2-tailed)	.053	.126	.679	.000	.787	.020	.052	.232	.000	.005	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.383**	.429**	.218*	.611**	.376**	.530**	.470**	.526**	.527**	.537**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.029	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	12

Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	5

Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.640	11

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09627040
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.056
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Linearitas Kualitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_ Pelanggan * Kualitas_Pelayanan	Between Groups	(Combined) Linearity	208.032	19	10.949	2.012	.017
		Deviation from Linearity	100.429	1	100.429	18.455	.000
			107.602	18	5.978	1.098	.369
Within Groups			435.358	80	5.442		
Total			643.390	99			

Uji Linearitas Harga

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Pelanggan * Harga	Between Groups	(Combined)	278.245	8	34.781	8.668	
		Linearity	194.884	1	194.884	48.568	
		Deviation from Linearity	83.361	7	11.909	2.968	
	Within Groups		365.145	91	4.013		
	Total		643.390	99			

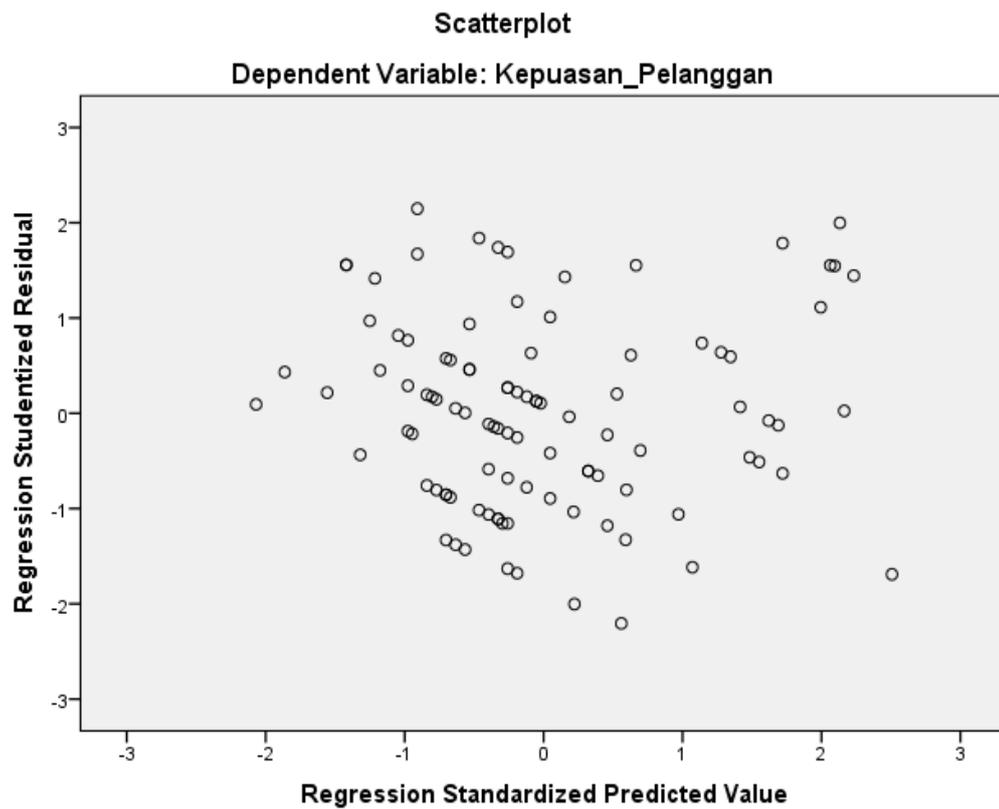
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	30.160	2.679		11.257	.000		
	Kualitas_Pelayanan	.108	.055	.185	1.972	.052	.787	1.271
	Harga	.637	.128	.465	4.965	.000	.787	1.271

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Uji heteroskedastisitas



Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208.349	2	104.175	23.228	.000 ^b
	Residual	435.041	97	4.485		
	Total	643.390	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.435	2.712		11.223	.000
	Kualitas_Pelayanan	.100	.057	.166	1.733	.086
	Harga	.643	.131	.469	4.905	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.324	.310	2.118

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.435	2.712		11.223	.000
	Kualitas_Pelayanan	.100	.057	.166	1.733	.086
	Harga	.643	.131	.469	4.905	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1116/In.14/G.1/G.4b/PP.00 9/06/2020
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

24 Juni 2020

Yth. Bapak/Ibu;

1. Abdul Nasser Hasibuan : Pembimbing I
2. Ja far Nasution : Pembimbing II

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

Nama : Novita Elisiah
NIM : 1640200211
Program Studi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Manajemen Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


// Abdul Nasser Hasibuan

Tersbusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

nomor
di

: 1348/In.14/G.1/G.4b/TL.00/07/2020
: Mohon Izin Riset

22 Juli 2020

th: Swalayan 88 Padangsidimpuan.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

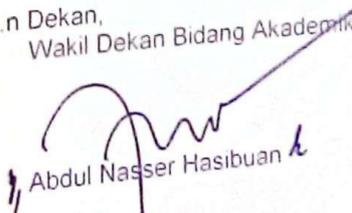
Nama : Novita Elisiah
NIM : 1640200211
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul: " Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Wakil Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Swalayan 88 Padangsidempuan

Jl. Imam Bonjol, AekTampang

Nomor :
Lampiran :
Hal : Surat Balasan

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, menindak lanjuti surat riset No. 1111/In. 14/G. 1/G. 4b/TL.00/07/2020. Pimpinan perusahaan Swalayan 88 Padangsidempuan telah menerima surat riset dari pihak IAIN Padangsidempuan yang menerangkan bahwa kami telah memberi izin kepada:

Nama : Novita Elisiah
Nim : 16 402 00211
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Untuk melaksanakan penelitian ini di Swalayan 88 Padangsidempuan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidempuan".

Demikian surat ini kami sampaikan, atau kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, 28 Juli 2020
Hormat kami,
Pimpinan Swalayan 88 Padangsidempuan


Rudi Lubis

Dokumentasi Pengisian Kuesioner di Swalayan 88 Padangsidempuan





