



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN YASIR
PIJORKOLING KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

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

Oleh

**MISRA YANTI
NIM : 16 402 00048**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2020**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN YASIR
PIJORKOLING KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**MISRA YANTI
NIM : 16 402 00048**

PEMBIMBING I

**Dr. Budi Gautama Siregar, M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005**

PEMBIMBING II

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP 19841130 201801 2 001**

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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Misra Yanti**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 24 Oktober 2020
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Misra Yanti** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, M.M.
NIP. 19790720 201101 1 005

PEMBIMBING II



Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 19841130 201801 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : MISRA YANTI
NIM : 16 402 00048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 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, 20 Oktober 2020
Pembuat Pernyataan,



Misra Yanti
MISRA YANTI
NIM. 16 402 00048

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

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

Nama : MISRA YANTI
NIM : 16 402 00048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
JenisKarya : 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 Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal 26 Oktober 2020
Yang menyatakan,



MISRA YANTI
NIM. 16 402 00048



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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : MISRA YANTI
NIM : 16 402 00048
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota
Padangsidempuan.

Ketua

Sekretaris

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

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

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

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Dr. Budi Gautama Siregar, MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Rodame Monitorir Napitupulu, MM
NIP. 19841130 201801 2 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis/26 November 2020
Pukul : 14.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : 73,75/(B)
IPK : 3,54
Predikat : Cumlaude



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN YASIR
PIJORKOLING KOTA PADANGSIDIMPUAN
NAMA : MISRA YANTI
NIM : 16 402 00048

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

Padangsidempuan, 28 Desember 2020

Dekan



[Signature]
Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Misra Yanti
Nim : 16 402 00048
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan**

Kepuasan merupakan suatu tindakan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi. Namun pada kenyataannya dalam konteks ini masih adanya konsumen yang belum merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Swalayan Yasir. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.

Teori penelitian ini meliputi Kualitas Pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) serta Kepuasan Konsumen. Teori penelitian ini juga mencakup tentang pengertian dari kepuasan konsumen, teknik pengukuran kepuasan konsumen, prinsip dasar kepuasan konsumen serta kepuasan konsumen dalam perspektif Islam. Selanjutnya pengertian dan manfaat dari variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* serta hubungan dari variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* dengan variabel kepuasan konsumen.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan angket dengan jumlah sampel 93 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah data *cross sectional* yaitu data yang berfokus pada beberapa variabel pada titik waktu yang sama. Pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 23. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil Uji-t dapat diketahui bahwa variabel *assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil Uji-F dapat diketahui bahwa secara simultan variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan menyebut asma Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang. Segala jenis puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian ini dan menuangkannya dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan”** . Salawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan dan tugas-tugas dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan-kekurangan, baik dalam susunan kata, kalimat maupun sistematika pembahasannya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis, minimnya waktu yang tersedia dan kurangnya ilmu penulis, namun atas bantuan, bimbingan, dorongan, serta nasihat dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Pada

kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar MCL, sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., wakil Rektor Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag., wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, 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 Kerja Sama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan seluruh Civitas Akademika IAIN yang membekali peneliti berbagai pengetahuan dan motivasi sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibuk Rodame Monitorir Napitupulu, S, P., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Serta seluruh Civitas Akademika IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan. Khususnya kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan memenuhi kelengkapan skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penelitian skripsi ini.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda almarhum Syakban Lubis, yang tidak sempat menyaksikan saya menyelesaikan kuliah saya, namun saya yakin beliau sangat bangga dan bahagia melihat saya telah sampai kepada tahap sekarang ini, dan saya selalu berdo'a semoga beliau diberi kelapangan didalam kubur, serta diampunkan segala dosa selama hidupnya dan ditempatkan di sebaik-baik tempat disisiNya, Aamiin. Ibunda Marni, yang telah bersusah payah berusaha untuk membiayai kuliah saya selama ini, yang tidak pernah mengenal letih dan lelah baik dalam bekerja sekaligus mendo'akan kami anak-anaknya baik siang maupun malam. Tidak terlukiskan rasa terimakasih saya kepada beliau serta rasa syukur saya memiliki beliau yang penuh pengorbanan, kasih sayang dan perhatian kepada kami anak-anaknya, yang sekarang beliau adalah seorang ibu sekaligus ayah buat kami anak-anaknya. Semoga beliau senantiasa diberi kesehatan, reski yang berkah serta umur yang panjang oleh Allah SWT, dan semoga saya diberi kesempatan

untuk membahagiakannya, dan semoga juga beliau diberi kesempatan untuk bahagia, Aamiin. Seterusnya Ayahanda Basrah Lubis, yang menjadi sosok pengganti ayah saya, yang kasih sayang, perhatian dan pengorbanan serta do'a-do'a nya selalu tercurah dengan tulus kepada saya, yang tidak pernah membedakan saya dengan orang lain, senantiasa ada disaat saya butuhkan dan tidak pernah bosan untuk menasehati saya sekaligus memberikan perlindungan kepada saya mulai saya masuk kuliah sampai saat ini. Semoga beliau diberikan kesehatan, reski yang berkah umur yang panjang dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Ibunda Adek Hanna Tri Hartati Malau, Etek sekaligus ibu buat saya mulai saya memasuki IAIN sampai saat ini, yang jasa dan pengorbanannya tidak akan pernah bisa saya balas dengan apapun, saya selalu berharap semoga beliau diberikan kesehatan oleh Allah SWT, reski yang berkah dan semoga segala amal kebajikan nya selalu diterima disisiNya, Aamiin, dan kelak mendapat balasan yang setimpal dariNya baik didunia maupun di akhirat Amin, Aamiin Ya Robbal Alamin.

8. Terkhusus kepada sahabat, Ernida Harahap, Juwita Harahap, Nuraini, Riski Agustina Zega, Hema Yulita, Juli Anita, Winda Kholilah, Mita Aulia, Mira Yusmeida, Anisyah Siregar, Safrida, Syarifah Aini Sagala, Rani Parlina Siregar, dengan kata lain seluruh anggota kamar 2 D. Seterusnya barisan paraeda, Nur Sakinah Hutasuhut, Laksmi Apriliani, Ira Widya Putri, Elli Sari, Siti Amanah, Nurhabibah, Ummi Mariana, serta rekan-rekan mahasiswa terlebih untuk mahasiswa angkatan 2016/ES-4. Dan sahabat-sahabat peneliti yang ada di IAIN Padangsidempuan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu selalu

memberikan dukungan dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi saya.

9. Sahabat-sahabat seperjuangan di Himpunan Mahasiswa Bidikmisi, IAIN Padangsidempuan, sekaligus seluruh kepengurusan Himpunan Mahasiswa Bidikmisi, terkhususnya kepada Bapak Muhammad Rafki Lubis yang memberikan kepercayaan kepada saya menjadi bagian dari anggota Bidikmisi IAIN Padang Sidempuan, dan juga kepada rekan-rekan yang lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

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, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin Yarabbal Alamin

Akhir kata, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang peneliti paparkan dalam skripsi ini masih jauh dari apa yang diharapkan. Untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak demi penyempurnaan penelitian ini.

Padangsidempuan, Oktober 2020

Peneliti

MISRA YANTI
NIM. 16 402 00048

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	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	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik 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

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
.....ا.....ى	<i>fathah dan alifata uya</i>	ā	a dan garis atas
ى.....ى	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah

و...	<i>ḍommahdanwau</i>	ū	u dan garis di atas
------	---------------------	---	---------------------

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

1. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta marbutah* mati

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).

4. *Syaddah (Tsaydid)*

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.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam system 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*

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*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. *Hamzah*

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

7. 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 bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal kapital 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.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan 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. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Definisi Operasional Variabel	11
E. Rumusan Masalah	15
F. Tujuan Penelitian	15
G. Kegunaan Penelitian.....	16
H. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. KerangkaTeori.....	19
1. Kepuasan Konsumen	19
a) Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
b) Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen	22
c) Prinsip Dasar Kepuasan Konsumen	23
d) Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam	23
2. <i>Tangible</i>	25
a) Pengertian <i>Tangible</i>	25
b) Manfaat <i>Tangible</i>	25
3. <i>Reliability</i>	26
a) Pengertian <i>Reliability</i>	26
b) Manfaat <i>Reliability</i>	27
4. <i>Responsiveness</i>	27
a) Pengertian <i>Responsiveness</i>	27
b) Penerapan <i>Responsiveness</i>	28
5. <i>Assurance</i>	28
a) Pengertian <i>Assurance</i>	28
b) Manfaat <i>Assurance</i> dalam Layanan Jasa.....	29

6. <i>Empathy</i>	29
a) Pengertian <i>Empathy</i>	29
b) Penerapan <i>Empathy</i> dalam Keseharian	29
7. Hubungan <i>Tangible</i> dengan Kepuasan Konsumen	30
8. Hubungan <i>Reliability</i> dengan Kepuasan Konsumen.....	30
9. Hubungan <i>Responsiveness</i> dengan Kepuasan Konsumen	31
10. Hubungan <i>Empathy</i> dengan Kepuasan Konsumen	32
11. Hubungan <i>Assurance</i> dengan kepuasan Konsumen.....	33
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pikir	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
B. Jenis Penelitian	46
C. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel.....	47
D. Instrumen Pengumpulan Data	48
1. Angket	49
2. Dokumentasi	52
3. Wawancara	52
4. Observasi.....	52
E. Analisis Data.....	52
1. Analisis Deskriptif	53
2. Uji Instrumen.....	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Normalitas.....	55
b. Uji Heteroskedastisitas.....	55
c. Uji Autokorelasi	56
d. Uji Multikolinearitas	57
4. Analisis Regresi Linear Berganda	57
5. Uji Hipotesis	59
a. Uji Koefisien Determinasi.....	59
b. Uji Parsial (Uji t).....	60
c. Uji Simultan (Uji F)	60

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Swalayan Yasir	62
1. Sejarah Swalayan Yasir	62
2. Visi dan Misi Swalayan Yasir.....	64
3. Struktur Organisasi Swalayan Yasir	64
B. Hasil Analisis Data	66
1. Hasil Uji Validitas.....	66
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	69

3. Hasil Uji Asumsi Klassik.....	69
1. Hasil Uji Normalitas	70
2. Hasil Uji Multikolinearitas	71
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
4. Hasil Uji Autokorelasi	74
4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	74
5. Hasil Koefisien Determinasi	77
6. Hasil Uji Hipotesisi.....	78
1. Hasil Uji t.....	78
2. Hasil Uji F.....	80
C. Pembahasan Hasil Analisis Data	81
D. Keterbatasan Peneliti.....	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT RISET	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Data Barang Yang Disediakan Swalayan Yasir	8
Tabel I. 2	Definisi Operasional Variabel	12
Tabel II. 1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	34
Tabel III.1	Pengukuran Skala Likert.....	49
Tabel III. 2	Kisi-Kisi Angket <i>Tangible</i>	50
Tabel III. 3	Kisi-Kisi Angket <i>Reliability</i>	50
Tabel III. 4	Kisi-Kisi Angket <i>Responsiveness</i>	50
Tabel III. 5	Kisi-Kisi Angket <i>Assurance</i>	51
Tabel III. 6	Kisi-Kisi Angket <i>Empathy</i>	51
Tabel III. 7	Kisi-Kisi Angket Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel III. 8	Koefisien Korelasi	60
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i>	66
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	67
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i>	67
Tabel IV. 4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Assurance</i>	68
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Empathy</i>	68
Tabel IV. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	69
Tabel IV.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel IV. 8	Hasil Uji Normalitas	71
Tabel IV. 9	Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel IV. 10	Hasil Uji Autokorelasi	74
Tabel IV. 11	Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel IV. 12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	77
Tabel IV. 13	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	78
Tabel IV. 14	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Data Penjualan Swalayan Yasir	5
Gambar 1.2	Data Konsumen Swalayan Yasir	6
Gambar II.1	Kerangka Pikir	44
Gambar IV. 1	Struktur Organisasi Swalayan Yasir	65
Gambar IV. 2	Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing
- Lampiran 3 Permohonan Surat Riset
- Lampiran 4 Balasan Surat Riset
- Lampiran 5 Keterangan Validasi Kuesioner
- Lampiran 6 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 7 Dokumentasi Sampel Penelitian
- Lampiran 8 Jawaban Sampel Penelitian
- Lampiran 9 Hasil Olahan Data Penelitian

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, salah satu yang menjadi tantangan terbesar dalam dunia usaha ataupun bisnis adalah, menciptakan dan mempertahankan konsumen yang dapat merasakan puas dan loyal terhadap produk yang disediakan. Persaingan untuk menjadi yang terbaik merupakan tujuan utama yang harus dicapai agar perusahaan dapat bertahan, hal ini juga berlaku bagi Swalayan Yasir Pijorkoling yang termasuk pelayanan jasa konsumen. Pelayanan jasa konsumen berperan sebagai perantara antara pembeli dan penjual, pelayanan dalam transaksi di Swalayan Yasir ini tidak terbatas untuk siapapun konsumen yang berminat untuk melakukan pembelian.

Saat ini bisnis swalayan di Indonesia semakin tumbuh dan berkembang. Berkembangnya bisnis swalayan ini semakin menjamur hampir ke seluruh daerah-daerah di Indonesia. Di daerah Pijorkoling juga terdapat yang membuka bisnis swalayan yang menyediakan berbagai macam produk-produk yang diperlukan oleh masyarakat sekitarnya. Meskipun banyak pesaing, namun tidak menurunkan semangat pemilik Swalayan Yasir yang ada di Desa Pijorkoling, untuk tetap menjaga

kualitas produk-produk yang disediakan Swalayan Yasir juga memberikan cara pelayanan yang baik kepada setiap konsumennya.¹

Menurut Kotler dalam jurnal Sirhan Fikri, dkk, kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan Tse dan Wilton berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.²

Kepuasan konsumen merupakan suatu tindakan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan melakukan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Dalam mempertahankan konsumen, banyak perusahaan jasa yang berlomba-lomba untuk merebut hati para konsumen dengan berusaha memberikan pelayanan yang baik, begitu juga dengan Swalayan Yasir ini.³ Kepuasan juga merupakan fungsi yang dirasakan dan diharapkan oleh konsumen, konsumen akan merasa puas dengan diberikan penghargaan dan pelayanan sebagaimana mestinya. Kepuasan juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya maupun informasi dari pesaing. Dimana masalah kepuasan adalah masalah yang bersifat subjektif atau bersifat

¹Afrinda Khoirista, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan Pedex Express Surabaya)” dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 25, No. 2 Agustus 2015, hlm. 2.

²Sirhan Fikri “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang” dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 3, No. 1 Januari 2016, hlm. 122.

³Afrinda Khoirista, hlm. 3.

perseorangan, dimana kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan oleh orang lain.⁴

Memahami kebutuhan konsumen dalam proses pembelian merupakan dasar untuk tercapainya kesuksesan dalam pemasaran, dimana jika pihak perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka pihak perusahaan dapat menjalankan strategi yang efektif untuk mendukung dan menarik sasaran yang dituju.⁵ Setiap konsumen pasti mempunyai pemahaman dan pengetahuan tentang aspek pelayanan dari suatu produk. Hal inilah yang akan membuat seorang konsumen dalam menentukan suatu produk terlebih dahulu melihat perusahaan yang menyediakannya. Hal tersebut juga tergantung kepada karakteristik konsumen dan lingkungan dimana konsumen memperoleh informasi.⁶

Peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan. Dalam wawancara tersebut, saudara Riana selaku konsumen Swalayan Yasir mengatakan bahwa:

Pelayanan di Swalayan Yasir masih kurang memuaskan dikarenakan karyawan/ti nya tidak komitmen dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya, dimana karyawan/ti lebih empati kepada konsumen yang sudah dikenalnya. Selain itu tata letak barang di Swalayan Yasir masih kurang rapi dan lokasi swalayannya pun masih kurang strategis, karena terletak di ujung

⁴Henni Noviasari & Azriko, "Pengaruh *Retail Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru", dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol 20, No. 3, September 2012, hlm. 4.

⁵Eswika Nilasari & Istiatin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo", dalam *Jurnal Paradigma*, Volume 13, No. 01, 2015, hlm 2.

⁶Eswika Nilasari & istiatin, hlm. 3.

Desa, namun masalah harga tidak terlalu mahal kalau dibandingkan dengan swalayan-swalayan yang lain.⁷

Sedangkan saudari Samsidar selaku konsumen Swalayan Yasir mengatakan bahwa: pelayanan di Swalayan Yasir sudah lumayan memuaskan hanya saja sebagian karyawannya kurang empati, dikarenakan karyawannya tidak menetap setiap harinya, dan masih adanya produk yang tidak disediakan sesuai dengan keinginan konsumen.⁸ Menurut saudara Rahman Daulay pelayanan di Swalayan Yasir masih kurang memuaskan kalau dibandingkan dengan swalayan yang lain, karena karyawan di Swalayan Yasir sangat sedikit dibandingkan dengan karyawan di swalayan yang lain.⁹

Dari hasil wawancara dengan beberapa konsumen di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan dapat disimpulkan bahwa pelayanan di Swalayan Yasir masih kurang memuaskan karena kurangnya empati karyawan/ti kepada konsumen, serta masih adanya produk yang tidak disediakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Disamping itu lokasi Swalayan Yasir masih kurang strategis bagi sebagian konsumen.

⁷Hasil wawancara dengan saudari Riana, Selaku Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling, pada tanggal 15 Mei 2020.

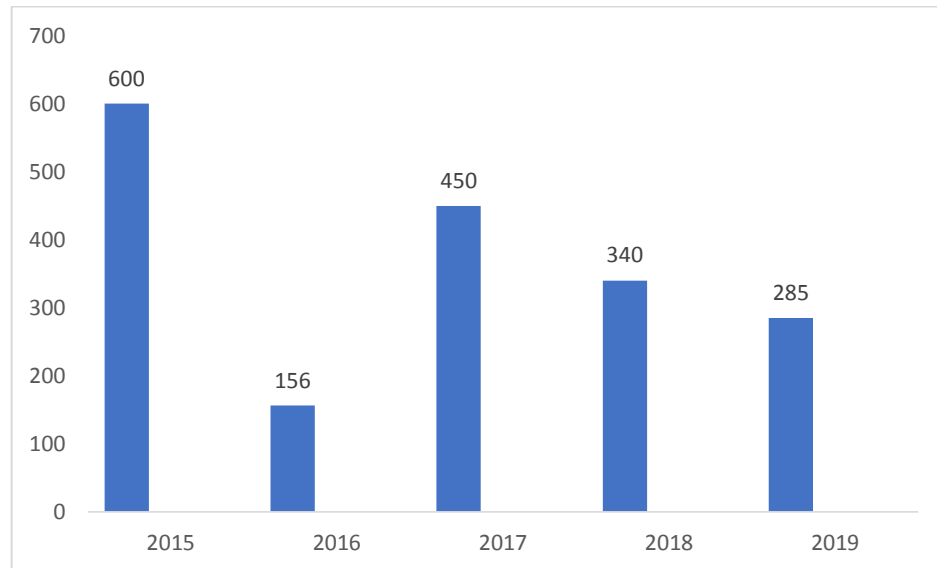
⁸Hasil wawancara dengan saudari Samsidar, Selaku Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling, pada tanggal 20 Mei 2020.

⁹Hasil wawancara dengan saudara Rahman Daulay, Selaku Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling, pada tanggal 20 Mei 2020.

Adapun fenomena yang peneliti temui pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan, dimana kepuasan konsumen untuk berbelanja di Swalayan Yasir memang masih kurang memuaskan dikarenakan karyawannya kurang ramah, tata letak barang-barangnya masih kurang rapi, lokasi swalayan nya kurang startegis, tetapi masalahnya masih banyak konsumen yang berbelanja di Swalayan Yasir tersebut bahkan menjadi konsumen yang loyal. Berdasarkan fenomena tersebut tidak sesuai dengan teori kepuasan konsumen dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan dari konsumen. Tapi pada fenomena yang dijumpai peneliti bahwa pelayanan yang kurang memuaskan tidak memengaruhi minat sebagian konsumen untuk tetap berbelanja di Swalayan Yasir. Kepuasan konsumen memang hal yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena dengan tercapainya kepuasan konsumen maka tujuan perusahaan akan semakin tercapai dalam hal mempertahankan konsumen lama dan menarik minat konsumen baru.

Gambar 1. 1

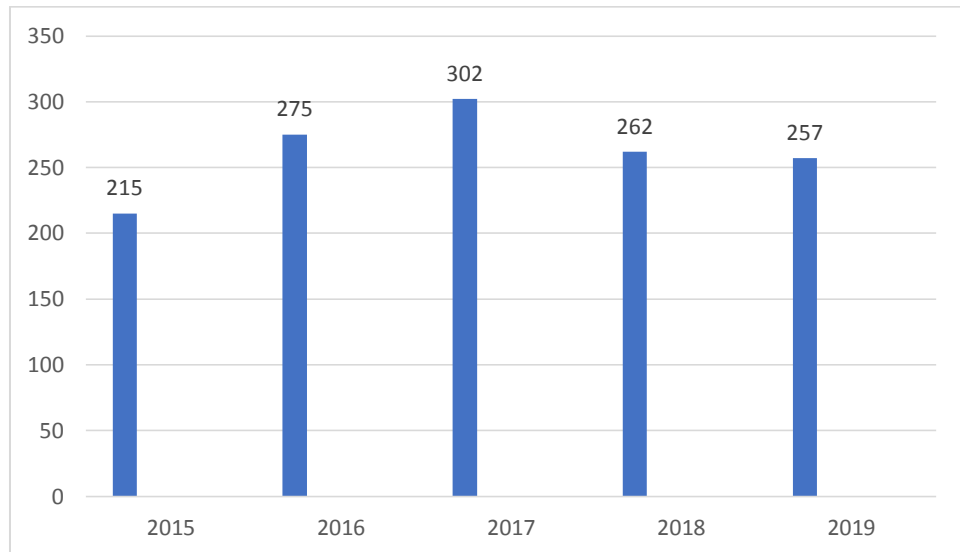
Data Penjualan Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan Tenggara Tahun 2015-2019



Sumber: Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan (2020)

Berdasarkan Gambar 1.1 Penjualan Swalayan Yasir tahun 2015-2019 tidak menetap setiap tahunnya, dimana di tahun 2015 dengan nilai penjualan Rp.600.000.000.00. Sedangkan untuk tahun berikutnya 2015-2019 dengan jumlah nilai jual yang berbeda-beda, dan untuk nilai jual yang paling tinggi terjadi pada tahun 2015, yaitu senilai Rp.600.000.000.00 sedangkan untuk hasil nilai jual terendah yang terjadi pada tahun 2016, yakni senilai Rp.156.000.000.00. Kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha.

Gambar 1. 2
Data Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling Kota
Padangsidempuan Tenggara



Sumber: Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan (2020)

Berdasarkan Gambar 1. 2 Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja di Swalayan Yasir tidak menetap jumlahnya dari tahun ke tahun. Data di atas juga menggambarkan bahwa jumlah konsumen yang paling banyak berbelanja pada Swalayan Yasir yakni pada tahun 2017. Dari data diatas diketahui bahwa jumlah konsumen yang terdata dari tahun 2015-2019 yaitu 1311 konsumen.

Adapun dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsusmen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.) *Tangible* (bukti fisik) dalam hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.
- 2.) *Reliability* (Keandalan) dalam hal ini mampu melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat memberikan kepuasan.

- 3.) *Responsiveness* (ketanggapan) dalam hal mampu membantu konsumen dan bersedia untuk melayani konsumen dengan baik.
- 4.) *Assurance* (Jaminan) merupakan tingkah laku maupun sifat yang dapat diyakini oleh konsumen sehingga konsumen terhindar dari risiko yang akan terjadi.
- 5.) *Empathy* (empati) merupakan rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada konsumen, serta mampu memahami kebutuhan konsumen.¹⁰

Melalui survei awal yang dilakukan peneliti di Swalayan Yasir, terdapat bermacam-macam produk yang disediakan, adapun sebagian kecil diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel I. 1
Jenis Barang yang di sediakan Swalayan Yasir Pijorkoling Kota
Padangsidempuan Tenggara.

NO	NAMA / JENIS BARANG
1.	Peralatan mandi seperti, sabun, odol, sikat gigi, gayung sampo, dan lain-lain.
2.	Peralatan rumah tangga seperti, sapu, tong sampah, peralatan masak dan lain-lain.
3.	Aneka makanan ringan seperti, roti, kerupuk dan lainnya.
4.	Perlengkapan kosmetik seperti, bedak, lipstick, farpum dan lainnya.
5.	Aneka rokok seperti, in mild, samsu, gudang garam, panama dan lainnya.
6.	Aneka minuman seperti, coca cola, sprite, jamu, sirup dan lainnya.
7.	Perlengkapan bayi seperti, baby oil, sabun bayi, sampo bayi, popok bayi dan lainnya.

Sumber: Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan (2020)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa produk yang disediakan oleh Swalayan Yasir tidak hanya satu produk akan tetapi banyak jenis

¹⁰Simamora (dalam Eswika Nilasari & Istiatin, 2012), hlm. 4.

produknya. Mulai dari produk kebutuhan sehari-hari seperti halnya yang biasa dijumpai di pasaran. Jadi dapat dikatakan bahwa untuk ketersediaan produk tidak terlalu ketinggalan dengan swalayan yang lainnya. Jumlah item produk yang disediakan oleh Swalayan Yasir terdata sebanyak 9639 jenis barang. Data yang dicantumkan oleh peneliti hanyalah sebagai sampel dari keseluruhan produk yang disediakan oleh Swalayan Yasir, yang diantaranya ada yang harganya masih terlalu tinggi dan masih sangat susah untuk dijangkau oleh masyarakat menengah kebawah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan & Ai Lili Yuliati bahwa:

Kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan, kepastian, kenyataan, empati dan daya tanggap memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan konsumen. Sebagian uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan variabel yang lain tidak ada pengaruh.¹¹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Paisal bahwa:

Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) yang meliputi variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 33,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan uji parsial diperoleh hasil bahwa hanya 3 dimensi variabel X yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu dimensi *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, sedangkan dimensi *tangible* dan *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Sedangkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel *responsiveness*.¹²

¹¹Januar Efendi Panjaitan & Ai Lili Yuliati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", dalam *Jurnal Manajemen*, Vol 11, No. 2, September 2016, hlm. 265.

¹²Paisal, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen", dalam *jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 11, No. 4, Desember 2013, hlm. 318.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Felita Sasongko & Hartono

Subagio bahwa:

Variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ialah variabel *responsiveness* karena variabel tersebut memiliki nilai terbesar dibandingkan variabel yang lainnya.¹³

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Dika Lambang Krisdianti

&Sunarti bahwa :

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara serentak terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan berdasarkan hasil uji t didapatkan bahwa seluruh variabel dari kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji-t juga diperoleh bahwa variabel *empathy* mempunyai pengaruh paling besar dibandingkan dengan variabel yang lainnya.¹⁴

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali tentang variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

¹³Felita Sasongko & Hartono Subagio, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria”, dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1, No. 2, Juli 2013, hlm. 6.

¹⁴Dika Lambang Krisdianti & Sunarti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza HUT Malang *Town Square*”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 70, No. 1, Mei 2019, hlm. 43.

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Kenyamanan tempat atau ruangan kurang diperhatikan, seperti masih adanya barang yang tidak tersusun dengan rapi.
2. Karyawan di Swalayan Yasir kurang prima saat melayani konsumen, dimana terkadang karyawan tidak memberikan senyuman saat berhadapan langsung dengan konsumen.
3. Adanya keluhan konsumen yang berbelanja pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.
4. Sejauh ini belum diketahui kualitas pelayanan di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.

C. Batasan Masalah

Dengan adanya suatu permasalahan yang dijelaskan dilatar belakang. Maka peneliti membatasi yang akan diteliti yaitu pelayanan yang mencakup: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan. Peneliti melakukan pembatasan masalah untuk menghindari meluasnya pokok permasalahan, dan supaya pembahasan dapat dibahas lebih mendalam dan tuntas.

D. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	<i>Tangible</i> (X ₁)	<i>Tangible</i> adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. ¹⁵ Maka <i>tangible</i> dalam penelitian ini adalah kemampuan Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan dalam menunjukkan eksistensi kerjanya kepada konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis peralatan • Tempat pembayaran yang mudah dijangkau • Fasilitas yang disediakan • Kerapian karyawan¹⁶ 	Ordinal
2.	<i>Reliability</i> (X ₂)	<i>Reliability</i> adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan. ¹⁷ Maka <i>reliability</i> dalam penelitian ini adalah kemampuan Swalayan Yasir memberikan pelayanan dan kepercayaan kepada konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan menepati janji dalam pelayanan • Ketepatan waktu dalam pelayanan • Kesesuaian pelaksanaan dalam pelayanan • Kesungguhan dalam pelayanan¹⁸ 	Ordinal

¹⁵Dewi Zulvia, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan", dalam *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol 1, No. 2, Oktober 2014, hlm. 244.

¹⁶Laensius Boro Kereta, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur", dalam *Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi*, Vol 1, No. 3, Maret 2014, hlm. 100.

¹⁷Dewi Zulvia, hlm. 244.

¹⁸Laensius Boro Kereta, hlm. 99.

3.	<i>Responsiveness</i> (X3)	<p><i>Responsiveness</i> adalah kesanggupan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (<i>respon</i>) dan tepat kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi yang jelas.¹⁹</p> <p><i>Responsiveness</i> dalam penelitian ini adalah kesanggupan Swalayan Yasir dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada konsumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kejelasan informasi • Kecepatan pelayanan • Ketepatan pelayanan • Kesiapan menanggapi.²⁰ 	Ordinal
4.	<i>Assurance</i> (X4)	<p><i>Assurance</i> adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.²¹</p> <p><i>Assurance</i> dalam penelitian ini adalah jaminan kepercayaan yang disediakan dan diberikan Swalayan Yasir kepada konsumen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan • Rasa aman • Kenyamanan • Jaminan asuransi²² 	Ordinal

¹⁹Dewi Zulvia, hlm. 244.

²⁰Laurensius Boro Kereta, hlm. 99.

²¹Dewi Zulvia, hlm. 244.

²²Laurensius Boro Kereta, hlm. 100.

5.	<i>Empathy</i> (X5)	<i>Empathy</i> adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupa memahami keinginan konsumen. ²³ <i>Empathy</i> dalam penelitian ini adalah sejauh mana karyawan/ti Swalayan Yasir memberikan pelayanan kepada konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian secara individual • Pemahaman kebutuhan secara spesifik • Membangun minat • Kesesuaian jam kerja²⁴ 	Ordinal
6.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan suatu tindakan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi. ²⁵ Yakni kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman konsumen • Harapan Konsumen • Pelayanan yang diberikan memuaskan • Dapat memenuhi kebutuhan konsumen²⁶ 	Ordinal

²³Dewi Zulvia, hlm. 244.

²⁴Laurensius Boro Kereta, hlm. 99.

²⁵Afrinda Khoirista, hlm. 3.

²⁶Laurensius Boro Kereta, hlm. 100.

E. Rumusan Masalah

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

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Swalayan Yasir

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan, dan juga memberikan pola pemikiran yang bermanfaat dalam memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang membeli produk di swalayan tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada siapa saja yang tertarik untuk meneliti dalam bidang yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

BAB 1 di dalamnya memuat tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatarbelakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan diidentifikasi kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai definisi, indikator dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi pemerintah, peneliti, dan peneliti selanjutnya.

BAB II landasan Teori, di dalamnya memuat tentang landasan teori yang terdiri atas kerangka teori atau konsep yang dapat mendukung masalah penelitian agar dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Kemudian penelitian terdahulu yaitu hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan masalah atau variabel penelitian yang akan diangkat oleh peneliti. Kerangka pikir adalah paradigma yang dikemukakan oleh peneliti untuk menjelaskan bahwa adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

BAB III Metode Penelitian, di dalamnya memuat tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, instrumen pengumpulan data, dan analisis data. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

BAB IV Hasil Penelitian, di dalamnya memuat tentang deskripsi data penelitian, hasil analisis penelitian dan pembahasan penelitian. Secara umum mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti secara rinci, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang

sudah dicantumkan dalam metode penelitian sehingga memperoleh hasil analisis yang akan dilakukan dan membahas tentang hasil yang telah diperoleh.

BAB V Penutup, di dalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh sub bahasannya yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah ahir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a) Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja dengan jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.²⁷ Menurut Kotler dalam jurnal Elis Reinata Sulaeman, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan dari produk atau jasa terhadap ekpektasi mereka.²⁸

Menurut Zeithaml & Bitner dalam buku Etta Mamang Sangaji & Sopiah, kepuasan konsumen merupakan “*customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation.*” Konsumen yang merasa puas pada produk / jasa yang dibeli dan digunakannya akan membangun kesetiaan yang berlanjut. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana

²⁷M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), hlm.193.

²⁸Elis Reinata Sulaeman, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Charly VHT Family Karaoke Cabang Garut)”, dalam *Jurnal Manajemen*, Vol. 14. No. 2. Mei 2015), hlm. 176.

harapan konsumen terhadap suatu produk dan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.²⁹

Hurriyati dalam jurnal Rodame Monitorir Napitupulu, dkk berpendapat bahwa pada dasarnya kepuasan adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk, setelah konsumen mendapatkan atau menggunakan pelayanan. Kepuasan juga dapat diartikan adanya kesamaan antara kinerja dan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Sama-sama kita ketahui dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang dimana, kepuasan merupakan hal yang utama. Sangadji & Sopiah dalam jurnal Rodame Monitorir Napitupulu mengatakan bahwa, konsumen diibaratkan sebagai raja yang harus dilayani. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan, dimana kedua belah pihak merasa puas dan tidak ada yang dirugikan.³⁰

Pieter & Agus Maulana dalam buku Bahrul Kirom menyatakan bahwa:

Barangkali landasan manajemen terpenting yang saat ini diabaikan adalah kedekatan dengan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya dan mengantisipasi keinginannya. Dikebanyakan perusahaan, konsumen telah menjadi orang yang paling merepotkan dimana perilakunya tidak terduga merusak rencana strategis yang telah disusun dengan cermat, dan yang aktifitasnya telah mengacaukan operasi

²⁹Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2013), hlm. 181.

³⁰Rodame Monitorir Napitupulu, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSDU Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara", dalam *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, Vol 4, No. 2. Juli-Desember 2018, hlm. 288-289.

komputer, dan yang sifat keras kepalanya mengharuskan produk yang sudah dibeli bekerja dengan baik.³¹

Aliansyah & Hafasnuddin dalam jurnal Afrinda Khoirista dkk, mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan bisnis. Semakin banyak konsumen setia yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut akan sukses dan bertahan lama.³² Pada dasarnya kepuasan adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap produk, setelah konsumen mendapatkan atau menggunakan pelayanan. Kepuasan juga dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan merupakan hal yang utama, konsumen diibaratkan sebagai raja yang harus dilayani dengan baik.

Dari pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen dapat tercapai jika konsumen merasakan keinginan, kebutuhan dan harapan dalam proses mendapatkan,

³¹Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2012), hlm. 61.

³²Afrinda Khoirista dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya)" dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 25, No. 2 Agustus 2015, hlm 3.

mengonsumsi hingga menghabiskan produk / jasa terpenuhi dengan baik.³³

b) Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen.

Teknik pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara:

- (a) *Directly reparted satisfaction*. Ungkapan yang disampaikan secara langsung tentang kepuasan dirinya terhadap pelayanan yang diterimanya.
- (b) *Derived dissatisfaction*. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- (c) *Problem analysis*. Responden diminta untuk menulis masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Disamping itu responden juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- (d) *Importance / performance ratings*. Responden dapat diminta untuk mengurutkan berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pertanyaan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.³⁴

³³Muhammas Isa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar (Potensi) Panyabungan”, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol 5, No. 1, Januari-Juni 2019, hlm. 158.

³⁴Eswika Nilasari & Istiatin, hlm. 5.

c) Prinsip Dasar Kepuasan Konsumen

Dasar kepuasan konsumen pada persepsi dan ekspektasi perusahaan sebagai penyedia produk perlu memperhatikan beberapa faktor, yang memengaruhi persepsi dan harapan konsumen yaitu sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen waktu ia melakukan transaksi dengan karyawan di Swalayan Yasir tersebut. Jika saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi konsumen akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- 2) Pengalaman sebelumnya ketika menggunakan pelayanan jasa dari karyawan Swalayan Yasir maupun dari pesaing-pesaingnya.
- 3) Konsumen dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan produk jasa yang hendak digunakan oleh konsumen itu.
- 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga memengaruhi kepuasan konsumen.

d) Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan kepada ummatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam *muamalah*. Muslim harus *qona'ah* mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan

menggunakan prinsip yang tidak *syar'i* dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak. Sebagaimana yang dinyatakan dalam al-Qur'an surat At-Taubah ayat 59:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ
سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رُغْبُونَ

Artinya:

“Dan (amatlah baiknya) kalau mereka berpuas hati dengan apa yang diberikan oleh Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, sambil mereka berkata, cukuplah Allah limpahkan karuniaNya kepada kami, demikian juga Rasul-Nya sesungguhnya kami senantiasa berharap kepada Nya”.³⁵

Sebuah transaksi ekonomi pasti tidak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjual. Berkaitan dengan penyediaan pelayanan konsumen, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan pelayanan yang berkualitas bagi konsumennya. Pencapaian kualitas pelayanan yang baik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga “*Total Islam Quality*”, dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, harus di landasi oleh kesabaran yang kuat, komitmen jangka panjang,

³⁵Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2007), hlm. 156.

pembaharuan kualitas pelayanan terus menerus, kerjasama dan hormat terhadap setiap orang.³⁶

2. *Tangible*

a) *Pengertian Tangible*

Tangible (bukti fisik) merupakan layanan yang dapat dilihat langsung oleh konsumen baik dalam hal penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Dalam hal ini desain dan *lay out* gedung yang moderen dan tertata rapi dapat memberikan kualitas jasa sekaligus memengaruhi kepuasan konsumen.³⁷

b) *Manfaat Tangible*

Dengan adanya *tangible* pihak perusahaan akan lebih menjaga dan memperhatikan kondisi fisik perusahaan. Hal ini akan memengaruhi kepuasan konsumen dalam bidang penampilan fasilitas fisik. *Tangible* yang baik juga dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat sesuai dengan keinginan konsumen.³⁸

³⁶Muhammad Toha, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Tulungagung:", (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel), hlm. 44-45.

³⁷M. Nur Rianto Al Arif, hlm. 197.

³⁸Felita Sasongko & Hartono, hlm. 2.

3. *Reliability*

a) Pengertian *Reliability*

Reliability (keandalan) ialah kesanggupan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Jika dikaitkan kedalam dunia usaha, maka sebuah pelayanan yang andal adalah saat karyawan sanggup memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat.³⁹

Dimensi keandalan yang berkenaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara yakin dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan *reliabel* ketika dalam perjanjian yang telah disepakati dicapai secara akurat. Kesesuaian dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen. Dalam konteks ini Allah juga menghendaki setiap ummat Nya untuk menepati janji yang telah disepakati. Sebagaimana yang dinyatakan dalam al-Quran surat an-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا
وَقَدْ جَعَلْتُمْ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

³⁹Dwi Alyyah Apriyani & Sunarti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 51, No. 2, Oktober 2017, hlm 3.

Artinya:

“Dan tepatilah janjimu apabila kamu berjanji, dan janganlah kamu mengingkari janji-janji mu sesudah menjanjikannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksinya, sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.⁴⁰

Kemudian berkomitmenlah untuk menepati setiap janji yang telah diucapkan baik janji dengan Allah begitu juga dengan sesama manusia. Dalam setiap perjanjian yang disepakati oleh setiap pihak-pihak yang bersangkutan baik itu dalam hal *muamalah* ataupun yang lainnya.⁴¹

b) Manfaat *Reliability*

Reliability yang baik akan meningkatkan nilai suatu perusahaan, dimana konsumen akan merasa lebih puas dengan pelayanan jasa yang diperoleh, karena *reliability* telah menjanjikan akan memberikan pelayanan jasa dengan andal dan akurat.⁴²

4. *Responsiveness*

a) Pengertian *Responsiveness*

Responsiveness (daya tanggap) yakni, kesanggupan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan

⁴⁰Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*, hlm. 221.

⁴¹M Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Quran*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 329.

⁴²Felita Sasongko & Hartono Subagio, hlm. 2.

cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada pelayanan yang cepat tanggap di sebuah swalayan, dapat dilihat dari kesanggupan karyawan yang cepat memberikan pelayanan kepada konsumen dan cepat menanggapi keluhan mereka.⁴³

b) Penerapan *Responsiveness* dalam Melayani Konsumen

Ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan untuk melayani konsumen dengan *responsiveness* antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Segera berdiri menyambut konsumen dan mengucapkan :
selamat pagi, ada yang bisa dibantu?
- b) Berikan pelayanan dengan cepat, fokus dan tidak sambil mengerjakan pekerjaan lain.
- c) Menanggapi keluhan konsumen serta memberikan solusi sesuai dengan masalahnya.

5. Assurance

a) Pengertian Assurance

Assurance (jaminan) yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa pelayanan, kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya,

⁴³Fajar Laksana, hlm. 91.

seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin.⁴⁴

b) Manfaat *Assurance* dalam Layanan Jasa

Assurance berguna untuk memberikan proteksi dari risiko ketidakpastian, dan dapat meningkatkan keyakinan bagi pihak yang bersangkutan. *Assurance* juga dapat mengendalikan terjadinya kerugian atau *loss control*.

6. *Empathy*

a) Pengertian *Empathy*

Empathy (empati) ialah kesanggupan perusahaan yang langsung dilaksanakan oleh karyawan untuk memberikan kepedulian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

b) Penerapan *Empathy* dalam Keseharian

Dalam pelayanan jasa kita dapat menerapkan *empathy* dengan cara sebagai berikut:

- a) Pahami kebutuhan konsumen yang ada disekitar kita.
- b) Memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan konsumen.

⁴⁴Dwi Aliyyah Apriyani & Sunarti, hlm. 3.

- c) Tunjukkanlah empati tersebut dalam kata-kata bahkan tindakan sesuai dengan harapan konsumen.

7. Hubungan *tangible* dengan Kepuasan Konsumen

Tangible (bukti fisik) merupakan suatu *service* yang dapat dilihat, dirasa, dan dapat diraba. Maka dari itu aspek *tangible* ini menjadi hal penting dalam penentuan kepuasan konsumen. Tampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, *tangible* yang baik akan memengaruhi kepuasan konsumen.⁴⁵

Dalam penelitian Henni Noviasari dan Azrico “Pengaruh *Retail Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru, bahwa variabel *retail service quality* ada hubungan yang signifikan dengan variabel kepuasan konsumen”.⁴⁶

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa adanya hubungan antara *tangible* terhadap kepuasan konsumen yakni *tangible* yang baik akan memengaruhi kepuasan konsumen, begitu juga sebaliknya. Maka dari itu menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan untuk meningkatkan *tangible* dalam melayani setiap konsumen.

⁴⁵Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam”, dalam *Jurnal of Business Administration*, Vol 1, No. 2, September 2017, hlm. 241.

⁴⁶Henni Noviasari & Azrico, hlm. 1.

8. Hubungan *reliability* dengan Kepuasan konsumen

Reliability merupakan kesanggupan dalam melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan akurat dan memuaskan. Jika dilihat dalam bidang usaha, maka sebuah pelayanan yang andal ialah ketika seorang karyawan dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.⁴⁷

Dalam penelitian Eswika Nilasari & Istiatin, ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.”⁴⁸

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa adanya hubungan antara *reliability* dengan kepuasan konsumen, yakni apabila pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

9. Hubungan *Responsiveness* dengan Kepuasan Konsumen

Responsiveness merupakan tindakan yang dilakukan saat melayani konsumen. Jika dilihat lebih mendalam pelayanan yang cepat dan tanggap itu tercapai apabila karyawan mampu memberikan pelayanan kepada konsumen dan cepat menanggapi keluhan mereka.

Dalam penelitian Afrinda Khoirista, Edy Yulianto dan M. Kholid Mawardi, ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap

⁴⁷Dwi Aliyyah Apriyani & Sunarti, hlm. 3.

⁴⁸Eswika Nilasari & Istiatin, hlm. 1.

Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan *Fedex Express* Surabaya) bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.”⁴⁹

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara *responsiveness* dengan kepuasan konsumen, yakni pelayanan yang cepat dan tanggap dapat meningkatkan kepuasan konsumen begitu juga sebaliknya. Disamping tercapainya kepuasan konsumen nilai perusahaan juga akan semakin baik di mata konsumen.

10. Hubungan *Empathy* dengan Kepuasan Konsumen

Empathy meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, kepedulian dan pemahaman atas kebutuhan individual. *Empathy* yang maksimal mampu memengaruhi kepuasan konsumen, karena *empathy* ini merupakan pelayanan yang sangat diharapkan oleh setiap konsumen. Apabila *empathy* dalam suatu perusahaan itu baik maka akan banyak konsumen yang loyal dan puas terhadap perusahaan tersebut dan tidak menutup kemungkinan begitu juga sebaliknya.⁵⁰

Dalam penelitian Dewi Sartika & Sutrisno K Djawa, ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

⁴⁹Afrinda Khoirista, dkk, hlm. 5.

⁵⁰Januar Efendi Panjaitan, hlm. 270.

Pada Travel Fly Wings Luwuk yakni variabel *empathy* memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan konsumen”.⁵¹

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa adanya hubungan antara *empathy* dengan kepuasan konsumen yakni *empathy* yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

11. Hubungan Assurance dengan Kepuasan Konsumen

Assurance yaitu pengetahuan, sopan santun dan kesanggupan karyawan untuk menimbulkan keyakinan konsumen. Dalam hal *assurance* dimana karyawan/ti harus mampu menciptakan kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen. Variabel ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi.⁵²

Dalam Penelitian Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani, ”Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.”⁵³

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa adanya hubungan antara *assurance* dengan kepuasan konsumen, yakni *assurance* yang dapat dipercaya akan meningkatkan kepuasan konsumen.

⁵¹Dewi Sartika & Sutrisno K Djawa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Fly Wings Luwuk”, dalam *Jurnal Emor*, Vol 2, No. 1, September 2019, hlm. 29.

⁵²Dwi Aliyyah Apriyani & Sunarti, hlm. 3.

⁵³Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani, hlm. 232.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II. 1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Afrinda Khoirista, dkk (Jurnal, Fakultas Ilmu Administrasi, 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan <i>Fedex Express</i> Surabaya).	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan yaitu <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance</i> dan <i>empathy</i> terhadap kepuasan konsumen.
2.	Yunus Alaan (Jurnal, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, 2016)	Pengaruh <i>Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance)</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Studi Kasus Hotel Serela Bandung)	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.
3.	Eswika Nilasari & Istiatin (Jurnal, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Batik Surakarta, 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo.	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy</i> terhadap kepuasan konsumen, dan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy</i> terhadap kepuasan konsumen.

4.	Dika Lambang Krisdianti (Jurnal, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang <i>Town Square</i>	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5.	Dwi Alyyah Apriyani & Sunarti (Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang, 2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen <i>The Little A Coffe Shop</i> Sidoarjo).	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6	Dewi Sartika & Sutrisno K Djawa (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Luwuk, 2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel, <i>Fly Wings</i> Luwuk.	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, kedua variabel X dan Y secara simultan dan parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7	Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani (Program Studi Administrasi Bisnis, 2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
8	Januar Efendi Panjaitan & Ai Lili Yuliati (Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, 2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
9	Farah Diza, dkk (Fakultas	Pengaruh Kualitas	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan

	Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, (2016)	Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. Fifgroup cabang Manado)	bahwa semua variabel dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen.
10	Novemy Triyandari Nugroho (Jurusan Sistem Informasi, STMIK Duta Bangsa, 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survey pada Pelanggan Speedy Telkom di Kota Surakarta)	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.
11	Rodame Monitorir Napitupulu, Winda Hartina Harahap & Ikhwanuddin Harahap, (Jurnal At-Tijarah, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara.	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rawat inap di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara.
12	Rokhmat Subagiyo & Ahmad Budiman (Jurnal At-Tijarah, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 2019)	Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara seluruh variabel bebas terhadap kepuasan nasabah.
13	Elis Reynata Sulaeman (Jurnal Manajemen Program Pascasarjana,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai pengaruh yang

	2015)	Pelanggan (Studi Kasus Pada <i>Charly VHT Family Karaoke</i> Cabang Garut)	signifikan terhadap variabel terikat baik secara parsial maupun simultan.
14	Felita Sasongko & Hartono Subagio (Jurnal Manajemen Pemasaran, 2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance</i> dan <i>empathy</i> secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
15	Paisal (Jurnal Manajemen dan Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis, 2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan konsumen adalah variabel <i>responsiveness</i> .
16	Muhammad Isa (Jurnal At-Tijarah, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar (Potensi) Panyabungan	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa BIMBEL
17	Sirhan Fikri, dkk (Jurnal Bisnis dan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa
18	Henni Noviasari & Azrico (Jurnal Ekonomi Jurusan	Pengaruh <i>Retail Service Quality</i> Terhadap	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, kelima variabel

	Manajemen Fakultas Ekonomi, 2012)	Kepuasan Konsumen Berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru	bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan diketahui bahwa faktor yang paling memengaruhi kepuasan konsumen adalah faktor pemecah masalah dan faktor keluhan konsumen secara cepat
19	Laurensius Boro Kereta (Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi Program Pascasarjana, 2014)	Analisi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan PDAM Kabupaten Flores Timur berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan

Adapun penjelasan mengenai perbedaan dan persamaan judul dengan penelitian terdahulu diatas adalah sebagai berikut:

- (a) Persamaan antara penelitian Afrinda Khoirista (2015) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel tentang pelayanan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Afrinda Khoirista adalah, metode penelitian yang digunakan *Explanatory*, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian Kuantitatif.
- (b) Persamaan antara penelitian Yunus Alaan (2016) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti tentang pengaruh variabel pelayanan diantaranya, *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini

dengan penelitian Yunus Alaan adalah, lokasi penelitian yang digunakan adalah Hotel Serela Bandung, sedangkan peneliti memilih lokasi Swalayan Yasir Pijorkoling.

- (c) Persamaan antara penelitian Eswika Nilasari & Istiatin (2015) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan sama-sama menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Eswika Nilasari & Istiatin adalah, lokasi penelitian yang digunakan adalah PT Ramayana Motor Sukoharjo, sedangkan peneliti memilih lokasi Swalayan Yasir Pijorkoling.
- (d) Persamaan antara penelitian Dika Lambang Krisdianti (2019) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel pelayanan dan kepuasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dika Lambang Krisdianti adalah, metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Research*, sedang peneliti menggunakan metode Kuantitatif.
- (e) Persamaan antara penelitian Dwi Alyyah Apriyani dan Sunarti (2017) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel pelayanan dan kepuasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dwi Alyyah dan Sunarti adalah, metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Research*, sedangkan peneliti menggunakan metode Kuantitatif.

- (f) Persamaan antara penelitian Dewi Sartika dan Sutrisno K Djawa (2020) dengan penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan metode pengumpulan data sistem Angket. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Dewi Sartika dan Sutrisno K Djawa adalah, lokasi penelitian yang digunakan adalah *Travel Fly Wings* Luwuk, sedangkan peneliti memilih lokasi Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.
- (g) Persamaan antara penelitian Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah (2017) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel pelayanan dan kepuasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah adalah, metode penelitian yang digunakan adalah *Explanatory Research*, sedangkan peneliti menggunakan metode Kuantitatif.
- (h) Persamaan antara penelitian Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili (2016) dengan penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan metode Kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili adalah, lokasi yang digunakan JNE Cabang Bandung, sedangkan peneliti memilih lokasi Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.
- (i) Persamaan antara penelitian Farah Diza (2016) dengan penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Farah Diza adalah, variabel yang

digunakan ialah kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan, sedangkan peneliti menggunakan variabel pelayanan dan kepuasan.

- (j) Persamaan antara penelitian Novemy Triyandari Nugroho (2015) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel pelayanan dan kepuasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Novemy Triyandari Nugroho adalah, metode yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda, sedangkan peneliti menggunakan metode Kuantitatif.
- (k) Persamaan antara penelitian Rodame Monitorir Napitupulu, dkk (2018) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel dependen kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rodame Monitorir Napitupulu, dkk adalah, analisis data yang dilakukan dengan analisis regresi sederhana, sedangkan peneliti menggunakan analisis regresi berganda.
- (l) Persamaan antara penelitian Rokhmat Subagiyo & Ahmad Budiman (2019) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rokhmat Subagiyo & Ahmad Budiman adalah, teknik pengambilan sampel dimana penelitian Rokhmat & Subagiyo menggunakan teknik *purposive sampling* sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*.
- (m) Persamaan antara penelitian Elis Reynata Sulaeman (2015) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel tentang kualitas

pelayanan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Elis Reynata Sulaeman adalah, lokasi penelitian yang digunakan adalah *VHT Family Karaoke* cabang Garut, sedangkan penelitian ini memilih lokasi Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan.

- (n) Persamaan antara penelitian Felita Sasongko & Hartono Subagio (2013) dengan penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Felita Sasongko & Hartono Subagio adalah, lokasi yang digunakan adalah restoran, sedangkan penelitian ini memilih lokasi swalayan.
- (o) Persamaan antara penelitian Paisal (2013) dengan penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan angket sebagai teknik pengumpulan data. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Paisal adalah, lokasi yang digunakan Hotel Sentosa Palembang, sedangkan penelitian ini berlokasi di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan.
- (p) Persamaan antara penelitian Muhammad Isa (2019) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel dependen kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Isa adalah, objek yang diteliti adalah siswa, sedangkan peneliti memilih konsumen sebagai objeknya.
- (q) Persamaan antara penelitian Sirhan Fikri, dkk (2016) dengan penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Sirhan Fikri adalah, lokasi penelitian ini bertempat di kampus Universitas Merdeka Malang,

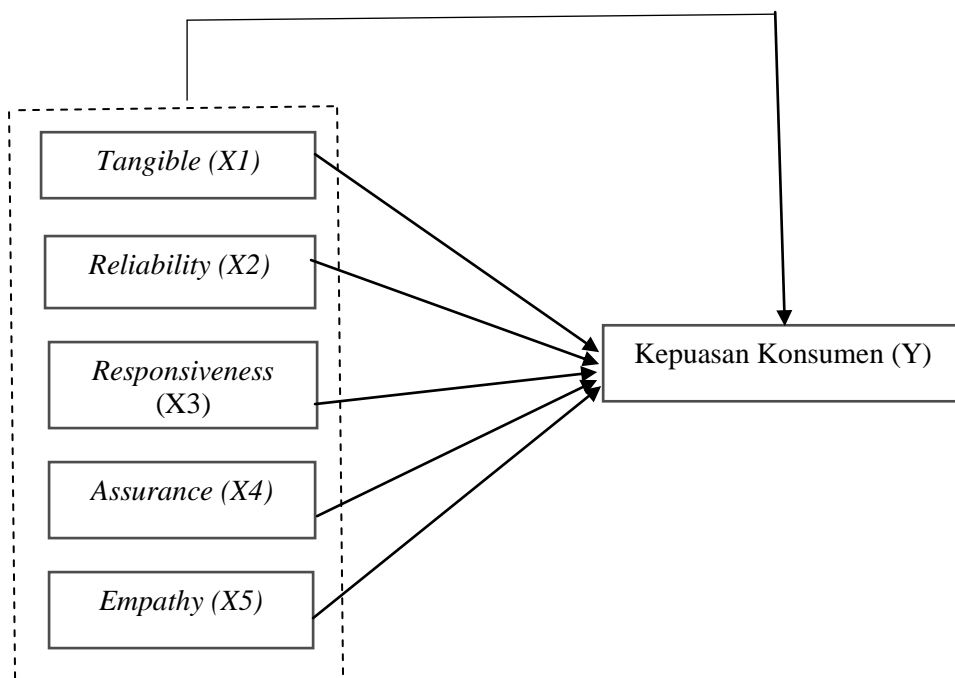
sedangkan peneliti memilih lokasi Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.

- (r) Persamaan antara penelitian Henni Noviasari & Azrico, (2012) dengan penelitian ini adalah, sama-sama meneliti variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Henni Noviasari & Azrico adalah, lokasi penelitian ini bertempat di Swalayan Senapelan Pekanbaru, sedangkan peneliti memilih lokasi di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.
- (s) Persamaan penelitian Laurensius Boro Kereta, (2014) dengan penelitian ini adalah, sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Laurensius Boro Kereta adalah, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, sedangkan peneliti menggunakan teknik *random sampling*.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana hubungan teori dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta penjabaran teori mengenai tiap-tiap variabel, maka dapat dirumuskan suatu kerangka pikir penelitian sebagai berikut:

Gambar II. 1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian ini dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵⁴ Adapun hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵⁴Sugiyono, hlm.64.

1. H₁ Terdapat pengaruh secara parsial variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.
H₀ Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan
2. H₁ Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.
H₀ Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1. Metodologi Penelitian

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan Tenggara, Jl. Rizal Nurdin. Km. 8 Pijorkoling. Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2019 sampai dengan Oktober 2020.

B. Jenis Penelitian

Dilihat dari tempatnya, maka penelitian ini adalah penelitian lapangan. Berdasarkan metodenya, maka penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu metode penelitian yang menggunakan angket sebagai instrumen untuk mengumpulkan data.⁵⁵

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.⁵⁶

⁵⁵Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publising, 2015), hlm. 21.

⁵⁶Sandu Siyoto dan Ali Sodik, hlm. 9.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian.⁵⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Swalayan Yasir Kota Padangsidempuan Tenggara yang terdata tahun 2015-2019 adalah sebanyak 1311 konsumen.⁵⁸

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁵⁹ Informasi dari sampel yang baik akan mencerminkan informasi dari keseluruhan populasi. Yamane Taro menyajikan rumus sederhana untuk menghitung sampel yakni:

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

Dimana:

n : Banyak sampel

N : Banyak populasi

e : Batas kesalahan yang diperbolehkan sebanyak 10%.⁶⁰

$$n = \frac{1311}{(1+1311 \cdot 0,1^2)}$$

⁵⁷Slamet Rianto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 11.

⁵⁸Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan, Sabtu, 10: 15, 2020.

⁵⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

⁶⁰Farah Diza, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. Fifgroup Cabang Manado)", dalam *Jurnal EMBA*, Vol 4, No. 1, Maret 2016, hlm. 113.

$$n = \frac{1311}{(1+1311 \times 0,1)}$$

$$n = \frac{1311}{(1+13,11)}$$

$$n = \frac{1311}{(14,11)}$$

$$n = 92,91$$

dapat dibulatkan menjadi 93 orang

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 orang. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini ialah, *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti yang bersangkutan. Dalam penelitian ini data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pada konsumen Swalayan Yasir Kota Padangsidempuan Tenggara, pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:⁶¹

1. Angket

⁶¹Sugiyono, hlm. 124.

Menurut Suharsimi dalam jurnal Nur Dwi Jayanti, angket adalah, sejumlah pertanyaan tertulis yang berguna untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya.⁶²

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada objek penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan kemauan pengguna. Angket juga ditujukan untuk mengumpulkan data melalui formulir yang berisi pernyataan-pernyataan yang diajukan secara tertulis kepada responden, yang dalam penelitian ini adalah Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.

Angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut:⁶³

Tabel III. 1
Pengukuran Skala Likert

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

Indikator mengenai variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen yang berbelanja pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan adalah, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*,

⁶²Nur Dwi Jayanti, “ Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles*) Di Legend Premium Coffe Yogyakarta” (Skripsi Universitas Negeri Jakarta), hlm. 30.

⁶³Sugiyono, hlm. 199.

Assurance, dan *Empathy*. Adapun indikator mengenai variabel *Tangible* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel III. 2
Kisi-Kisi Angket
***Tangible* (X₁)**

Variabel	Indikator	Nomor Soal
<i>Tangible</i> (X ₁)	1. Jenis peralatan	1,2
	2. Tempat pembayaran yang mudah	3,4
	3. Fasilitas yang disediakan	5,6
	4. Kerapian petugas	7,8

Adapun indikator mengenai variabel *Reliability* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel III. 3
Kisi-Kisi Angket
***Reliability* (X₂)**

Variabel	Indikator	Nomor Soal
<i>Reliability</i> (X ₂)	1. Ketepatan menepati janji dalam pelayanan	1,2
	2. Ketepatan waktu dalam pelayanan	3,4
	3. Kesesuaian pelaksanaan dalam pelayanan	5,6
	4. Kesungguhan dalam pelayanan	7,8

Adapun indikator mengenai variabel *Responsiveness* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel III. 4
Kisi-Kisi Angket
***Responsiveness*(X₃)**

Variabel	Indikator	Nomor Soal
<i>Responsiveness</i> (X ₃)	1. Kejelasan informasi	1,2
	2. Kecepatan pelayanan	3,4
	3. Ketepatan pelayanan	5,6
	4. Kesiediaan menanggapi	7,8

Adapun indikator mengenai variabel *Assurance* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel III. 5
Kisi-Kisi Angket
***Assurance*(X₄)**

Variabel	Indikator	Nomor soal
<i>Assurance</i> (X ₄)	1. Kepercayaan	1,2
	2. Rasa aman	3,4
	3. Kenyamanan	5,6
	4. Jaminan asuransi	7,8

Adapun indikator mengenai variabel *Empathy* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel III. 6
Kisi-Kisi Angket
***Empathy*(X₅)**

Variabel	Indikator	Nomor soal
<i>Empathy</i> (X ₅)	1. Perhatian secara individual	1,2
	2. Pemahaman kebutuhan secara spesifik	3,4
	3. Membangun minat	5,6

	4. Kesesuaian jam kerja	7,8
--	-------------------------	-----

Adapun indikator mengenai variabel Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel III. 7
Kisi-Kisi Angket
Kepuasan Konsumen(Variabel Y)

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Pengalaman konsumen	1,2
	2. Harapan konsumen	3,4
	3. Pelayanan yang diberikan	5,6
	4. Dapat memenuhi kebutuhan konsumen	7,8

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang terkumpul, data dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, karya dan sebagainya.⁶⁴ Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang laporan penjualan, jumlah konsumen dan data item jenis barang yang disediakan oleh Swalayan Yasir.

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara tatap muka atau tanya jawab langsung antara peneliti dengan narasumber. Wawancara juga merupakan bukti terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya.⁶⁵

⁶⁴Slamet Rianto, hlm. 28.

⁶⁵Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 149.

4. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.⁶⁶

E. Analisis Data

Adapun metode analisis data yang di gunakan adalah dengan bantuan metode SPSS (*Statistical Produk and Service Solution*) versi 23 sebagai alat hitung. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis suatu data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana nyatanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan untuk menunjukkan nilai maximum maupun minimum dari data yang terkumpul.⁶⁷

2. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

⁶⁶Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 143.

⁶⁷Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm.30.

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas itu mangacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas juga bertujuan untuk mengetahui kualitas instrumen terhadap objek yang akan diteliti lebih lanjut.⁶⁸

Kualitas instrumen data harus dinilai dengan uji validitas. Dalam hal ini uji validitas dilakukan pada instrumen tes. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *person product moment* dengan aplikasi SPSS. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan (0,1). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Adapun kriteria pengujian adalah:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan berkolerasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,1) maka instrument atau item-item pernyataan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total maka dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

⁶⁸Getut Pramesti, *Statistik Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS 23* (Jakarta: Gramedia, 2016), hlm. 63.

Menurut Arikunto dalam buku metodologi riset manajemen pemasaran, dalam skripsi Saima Putri Tanjung, reliabilitas berarti sesuatu instrumen yang terpercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik.⁶⁹

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah pernyataan yang dinyatakan valid. Reliabilitas juga merupakan alat uji yang digunakan mengukur konsisten dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan dengan program SPSS.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ dan jika nilai *Croanbach Alpha* $< 0,60$ maka instrumen yang dipakai dalam penelitian itu dapat dikatakan tidak *reliabel*.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residu berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas

⁶⁹Saima Putri Tanjung "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Ib Griya (Studi Kasus Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga)" (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan), hlm. 61.

skor yang ada. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu satu pengamatan ke pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Persyaratan yang dipenuhi dalam model Scatterplot adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

a). Jika titik-titik yang muncul dalam model scatterplot menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

b) Jika titik-titik yang muncul dalam model scatterplot tidak menyebar di atas dan di bawah angka 0 dalam artian titik-titik yang muncul itu membentuk suatu pola tertentu maka dapat dikatakan bahwa terjadi problem heteroskedastisitas.

3). Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi berurutan waktu berkaitan satu sama lainnya.⁷⁰ Terdapat beberapa prosedur atau cara untuk mengetahui terjadinya autokorelasi pada suatu model regresi. Tetapi uji yang paling banyak digunakan adalah uji Durbin Watson (DW).⁷¹ Adapun persyaratan yang harus dipenuhi dalam uji Durbin Watson (Uji DW) adalah sebagai berikut:

- a) Jika $d_u < DW < 4-d_u$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b) Jika $DW < d_L$ atau $Dw > 4- d_L$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- c) Jika $d_L < d_u$ atau $4- d_u < DW < 4- d_L$ maka tidak ada kesimpulan yang pasti.⁷²

4) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya

⁷⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*, (Semarang:Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 107.

⁷¹Muhammad Firdaus, *Ekonometrika*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 160.

⁷²Dwi Priyanto, hlm. 106.

tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Salah satu cara untuk mengetahui apakah model regresi linear mengalami multikolinieritas dapat dilihat dari *varian inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat. Adapun regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh pelayanan(X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

b = Konstanta variabel X terhadap Y

X = Variabel independen

e = *Prediction* error (tingkat kesalahan)

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien regresi

Jadi, dari persamaan rumus diatas dapat dituliskan sebagai berikut:

$$KK = \alpha + b_1 t + b_2 r + b_3 rv + b_4 a + b_5 e + e$$

Keterangan:

KK = Kepuasan konsumen

t = *Tangible*

r = *Reliability*

rv = *Responsiveness*

a = *Assurance*

e = *Empathy*

α = Konstanta

e = Error

e. Uji Hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka sejauh mana kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) terhadap variabel dependen (Y) sedangkan sisanya

dipengaruhi oleh variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Nilai (R^2) berkisar antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1 maka berarti bahwa variasi dalam variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dengan baik.

Tabel III. 8
Kriteria Memberikan Interpretasi Terhadap
Koefisien Kolerasi⁷³

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-0,100	Sangat Kuat

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (parsial). Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,5) maka terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu X dengan variabel terikat yaitu Y, begitu juga sebaliknya.

Ketentuan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

⁷³Sugiyono, hlm. 250.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

c) Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka Hipotesis diterima

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan digunakan untuk menguji secara serentak apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Adapun ketentuan dalam uji F adalah sebagai berikut:

a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Hipotesis diterima, artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

c. Jika nilai Sig. $< 0,1$ maka Hipotesis diterima.

BAB 1V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan

2. Sejarah Berdirinya

Swalayan Yasir Kota Padangsidimpuan adalah swalayan yang bergerak dalam bidang *ritel* yakni dalam bidang penyaluran barang kebutuhan sehari-hari khususnya makanan, minuman, peralatan dan perlengkapan rumah tangga, peralatan bayi, obat-obatan, kosmetik, aksesoris dan lain-lain. Modal awal pendirian Swalayan Yasir ini senilai, Rp.500.000.000 yakni modal sendiri. Swalayan ini memiliki 4 orang karyawan yaitu, Agustina Siregar, Afnita Daulay, Jelita Nasution dan Khairani Siregar, yakni ke empat karyawan ini mempunyai jadwal masuk 2 orang pagi dan 2 orang sore dan mempunyai tugas yang berbeda yakni satu orang sebagai kasir dan satu orang sebagai pelayan.

Swalayan Yasir berdiri sejak tahun 2015 dengan pemiliknya yaitu, Bapak Muhammad Husein Tanjung, Swalayan Yasir diberi nama Yasir dikarenakan pak Yasir merupakan anak yang paling kecil dari keluarganya. Swalayan Yasir ini berlokasi di JL. Rizal Nurdin Km. 8 Pijorkoling kecamatan Padangsidimpuan Tenggara. Swalayan Yasir juga memiliki satu cabang usaha yaitu Grosir Yasir Tanjung yang berlokasi tidak jauh dari Swalayan Yasir, Swalayan Yasir memiliki 8 stand menurut jenis barang yang sejenis antara lain:⁷⁴

1. Makanan

⁷⁴Hasil Wawancara dengan Bapak Muhammad Husein Tanjung, Selaku Pemilik Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan, pada tanggal 18 September 2020.

Terdiri dari 2 stand yang berisikan beras, tepung, gula, mie instan, snak, coklat, permen, minyak goreng, biskuit, bumbu masak, dan lain-lan.

2. Minuman

Terdiri dari 1 stand yang berisikan minuman ringan (*Soft Drink*), susu, sirup, teh, kopi, ice cream, dan lain-lain.

3. Peralatan Bayi

Terdiri dari 1 stand, yang berisikan botol susu, dodot bayi, pampers dan lain-lain.

4. Peralatan Sekolah

Terdiri dari 1 stand, yang berisikan buku, pulpen, cat gambar, kotak pensil, penggaris, tas dan lain-lain.

5. Obat-Obatan

Terdiri dari 1 stand, yang berisikan aneka macam obat, vitamin, dan lain-lain.

6. Kosmetik

Terdiri dari 1 stand, yang berisikan bedak, lipstick, make up, parfum, shampo, sabun, odol, sikat gigi, tisu, pembersih wajah, sisir, dan lain-lain.

7. Perlengkapan Rumah Tangga

Terdiri dari 1 stand, yang berisikan detergen, anti nyamuk, pengharum ruangan, pewangi pakaian, pembalut wanita, dan lain-lan.

8. Lain-Lain

Terdiri dari baterai, rokok, pisau, cukur, silet, gunting dan lain-lain.

3. Visi dan Misi Swalayan Yasir

Visi merupakan rencana jangka panjang yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan ataupun organisasi dalam menjalankan usahanya. Adapun visi

dari Swalayan Yasir Padangsidempuan ialah menjadi usaha *ritel* terkemuka dan dikenal di Kota Padangsidempuan dan sekitarnya. Sedangkan yang dimaksud dengan misi ialah hal-hal yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam usaha mewujudkan visi perusahaan, adapun misi dari Swalayan Yasir yakni sebagai berikut:

- a. Meningkatkan daya saing yang mantap
- b. Meningkatkan nilai perekonomian
- c. Memudahkan konsumen untuk berbelanja
- d. Memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen
- e. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap konsumen

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran umum secara sistematis mengenai hubungan dan kerjasama sekelompok orang dalam usaha mencapai tujuan bersama. Dengan adanya struktur organisasi akan diketahui tingkat kekuasaan seseorang, wewenang, dan tanggung jawab karyawan. Semua kegiatan dalam perusahaan / organisasi melibatkan banyak orang yang membutuhkan satu hubungan yang jelas. Semakin banyak kegiatan yang dilaksanakan dalam perusahaan maka semakin kompak pula hubungan yang ada. Oleh karena itu perlu diperhatikan suatu bagian organisasi untuk menggambarkan hubungan masing-masing yang ada dan fungsi dalam suatu organisasi.

Demikian juga dengan Swalayan Yasir, dalam menjalankan usahanya menggunakan struktur organisasi yang berbentuk garis yaitu bentuk organisasi, dimana pimpinan memberikan perintah langsung kepada bawahannya.

Untuk lebih jelasnya, struktur organisasi dan uraian tugas pada Swalayan Yasir dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan, (2020)

5. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji dan melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan nilai t_{tabel} . Dimana t_{tabel} dicari pada signifikansi 1% atau 0,1 dengan derajat kebebasan $(df) = 93 - 5 = 88$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel IV. 1
Hasil Uji Validitas *Tangible*

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Tangible 1</i>	0,501	Instrumen valid jika $r_{hitung} >$ r_{tabel} N= 93 Pada taraf signifikansi 1% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,2631	Valid
<i>Tangible 2</i>	0,572		Valid
<i>Tangible 3</i>	0,612		Valid
<i>Tangible 4</i>	0,633		Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-4 untuk variabel *tangible* adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,2631 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas *Reliability*

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Reliability 1</i>	0,496	Instrumen valid jika $r_{hitung} >$ r_{tabel} N= 93 Pada taraf signifikansi 1% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,2631	Valid
<i>Reliability 2</i>	0,759		Valid
<i>Reliability 3</i>	0,625		Valid
<i>Reliability 4</i>	0,473		Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-4 untuk variabel *reliability* adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,2631 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV. 3
Hasil Uji Validitas *Responsiveness*

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Rvs 1</i>	0,607	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ r_{tabel} N= 93 Pada taraf signifikansi 1% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,2631	Valid
<i>Rvs 2</i>	0,743		Valid
<i>Rvs 3</i>	0,517		Valid
<i>Rvs 4</i>	0,755		Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-4 untuk variabel *responsiveness* adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,2631 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV. 4
Hasil Uji Validitas *Assurance*

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Assurance 1</i>	0,744	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ N= 93 Pada taraf signifikansi 1% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,2631	Valid
<i>Assurance 2</i>	0,765		Valid
<i>Assurance 3</i>	0,613		Valid
<i>Assurance 4</i>	0,648		Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-4 untuk variabel *assurance* adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,2631 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV. 5
Hasil Uji Validitas *Empathy*

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
<i>Empathy 1</i>	0,635	Instrumen valid jika $r_{hitung} >$ r_{tabel} N= 93 Pada taraf signifikansi 1% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,2631	Valid
<i>Empathy 2</i>	0,646		Valid
<i>Empathy 3</i>	0,553		Valid
<i>Empathy 4</i>	0,508		Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-4 untuk variabel *empathy* adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,2631 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kk 1	0,640	Instrumen valid jika $r_{hitung} >$ r_{tabel} N= 93 Pada taraf signifikansi 1% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,2631	Valid
Kk 2	0,634		Valid
Kk 3	0,445		Valid
Kk 4	0,712		Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan tabel di atas disimpulkan bahwa pernyataan 1-4 untuk variabel kepuasan konsumen adalah valid. Dimana r_{tabel} adalah 0,2631 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai cronbach's alpha > 0,60 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	N of Item	Keterangan
<i>Tangible</i>	0,738	4	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,886	4	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,791	4	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,631	4	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,751	4	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,710	4	Reliabel

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* untuk variabel *tangible* (X_1) adalah $0,738 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *tangible* adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel *reliability* (X_2) adalah $0,886 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan variabel *reliability* adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel *responsiveness* (X_3) adalah $0,791 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan variabel *responsiveness* adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel *assurance* (X_4) adalah $0,631 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan variabel *assurance* adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel *empathy* (X_5) adalah $0,751 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan variabel *empathy* adalah reliabel. *Cronbach's alpha* untuk variabel kepuasan konsumen (Y) adalah $0,710 > 0,600$ sehingga dapat dikatakan variabel kepuasan konsumen adalah reliabel.

c. Uji Asumsi Klassik

1. Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang menunjukkan apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian digunakan uji *one sampel kolmogrof-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi lebih besar dari 10% atau 0,1.

Tabel IV. 8
Hasil Uji Normalitas
One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08972810
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.041
Test Statistic		.051
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.

Sumber: Data primer yang telah diolah,(2020)

Dari output data di atas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas untuk nilai signifikan (*asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar 0,200, nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,10 ($0,200 > 0,10$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

2. Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation* VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,05.

Tabel IV. 9
Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.529	2.618		1.730	.087		
	<i>Tangible</i>	.008	.091	.008	.086	.931	.973	1.028
	<i>Reliability</i>	.132	.091	.139	1.449	.151	.920	1.087
	<i>Responsiveness</i>	-.009	.086	-.011	-.108	.914	.844	1.185
	<i>Assurance</i>	.210	.073	.291	2.879	.005	.828	1.208
	<i>Empathy</i>	.293	.097	.300	3.025	.003	.856	1.168

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Dari output data di atas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel *tangible* adalah $0,973 > 0,05$, variabel *reliability* adalah $0,920 > 0,05$, variabel *responsiveness* adalah $0,844 > 0,05$, variabel *assurance* adalah $0,828 > 0,05$, sedangkan variabel *empathy* adalah $0,856 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan

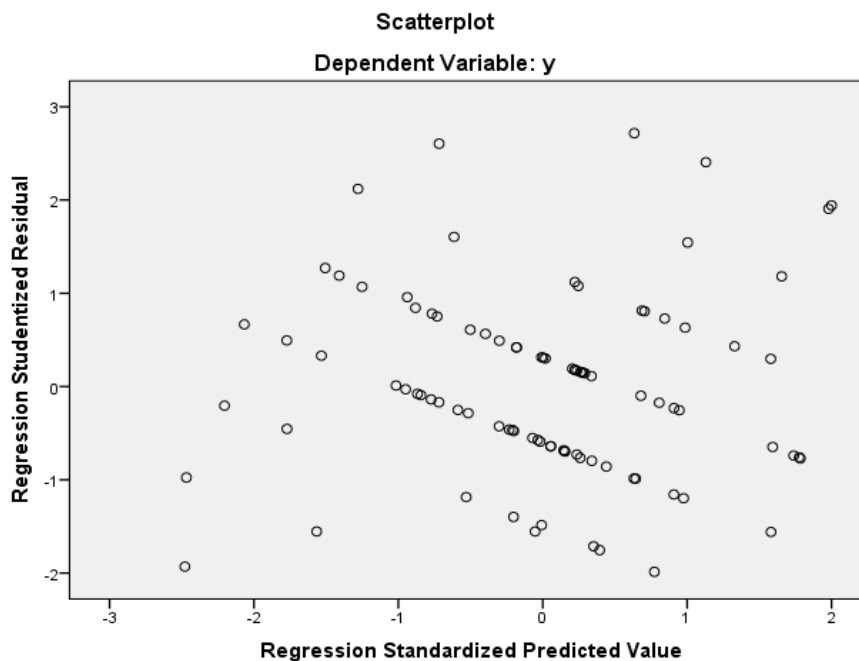
nilai *tolerance* dari kelima variabel di atas $> 0,05$ sehingga bebas dari multikolinearitas.

Berdasarkan nilai VIF dari variabel *tangible* adalah $1,028 < 10$, variabel *reliability* $1,087 < 10$, variabel *responsiveness* $1,185 < 10$, variabel *assurance* $1,208 < 10$ dan variabel *empathy* $1,168 < 10$. Maka dapat disimpulkan nilai VIF dari kelima variabel di atas < 10 sehingga bebas dari multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dikatakan tidak menjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu, seperti menyebar ke atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, hasil uji heteroskedastisitas seperti berikut:

Gambar Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Dari output data di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Adapun metode yang digunakan untuk menguji autokorelasi adalah melalui tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS. Adapun bentuk umum mengambil keputusan tidak terjadi autokorelasi adalah $DU < DW < 4 - DU$.

Tabel IV. 10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.516 ^a	.267	.225	1.12060	1.929

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x2, x3, x4

b. Dependent Variable: y

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Dari output data di atas dapat diketahui DW memiliki nilai sebesar 1,929, sementara itu $n = 93$, $k = 5$, maka dapat diperoleh hasil $DU = 1,7772$ dan nilai $4-DU = 2,2228$, dari hasil data di atas $DU < DW < 4-DU = 1,7772 < 1,929 < 2,2228$, maka dapat dipastikan tidak terjadi autokorelasi.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), *empathy* (X_5) terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan (Y).

Tabel IV. 11
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.529	2.618		1.730	.087
<i>Tangible</i>	.008	.091	.008	.086	.931

<i>Reliability</i>	.132	.091	.139	1.449	.151
<i>Responsiveness</i>	-.009	.086	-.011	-.108	.914
<i>Assurance</i>	.210	.073	.291	2.879	.005
<i>Empathy</i>	.293	.097	.300	3.025	.003

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Dari output data di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized coefficients* bagian kolom B maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KK = \alpha + b_1 t + b_2 r + b_3 rv + b_4 a + b_5 e + e$$

Keterangan:

KK = Kepuasan konsumen

t = *Tangible*

r = *Reliability*

rv = *Responsiveness*

a = *Assurance*

e = *Empathy*

α = Konstanta

e = Error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 4,529 artinya apabila variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dianggap konstan atau 0 maka kepuasan konsumen adalah 4,529.

- b) Koefisien regresi variabel *tangible* sebesar (0,008) artinya adalah variabel *tangible* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,008 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c) Koefisien regresi variabel *reliability* sebesar (0,132) artinya apabila variabel *reliability* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,132 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai tetap artinya terjadi hubungan positif antara *reliability* dengan kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.
- d) Koefisien regresi variabel *responsiveness* sebesar (-0,009) artinya apabila variabel *responsiveness* menurun 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga akan menurun sebesar -0,009 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- e) Koefisien regresi variabel *assurance* sebesar (0,210) artinya apabila variabel *assurance* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,210 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *assurance* dengan kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.
- f) Koefisien regresi variabel *empathy* sebesar (0,293) artinya variabel *empathy* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,293 satuan dengan

asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *empathy* dengan kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

e. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted Rsquare)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai Rsquare (mendekati 1) maka ketetapanya dikatakan semakin baik.

Tabel IV. 12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted Rsquare)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.267	.225	1.12060

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x2, x3, x4

b. Dependent Variable: y

Sumbe: Data primer yang telah diolah, (2020)

Dari output data diatas diperoleh nilai R square sebesar 0,267 atau 27%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* sebesar 27% sedangkan sisanya sebesar 73,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

B. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Ketentuan dalam uji t adalah jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun hasil output sebagai berikut:

Tabel IV. 13
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.529	2.618		1.730	.087
	<i>Tangible</i>	.008	.091	.008	.086	.931
	<i>Reliability</i>	.132	.091	.139	1.449	.151
	<i>Responsiveness</i>	-.009	.086	-.011	-.108	.914
	<i>Assurance</i>	.210	.073	.291	2.879	.005
	<i>Empathy</i>	.293	.097	.300	3.025	.003

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data primer yang telah diolah, (2020)

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 0,025$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 93-5-1=87$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,98761.

Berdasarkan output data di atas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *tangible* sebesar 0,086 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98761 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,086 < 1,98761$) maka H_a ditolak. Sedangkan nilai signifikan pada variabel *tangible* 0,931 sehingga nilai $sig > 0,025$ ($0,931 > 0,025$) maka H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *tangible* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

Pada variabel *reliability* memiliki t_{hitung} sebesar 1,449 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98761 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,449 < 1,98761$) maka H_a ditolak. Pada variabel *reliability* memiliki signifikansi sebesar 0,151 sehingga nilai $sig > 0,025$ ($0,151 > 0,025$) maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial *reliability* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

Pada variabel *responsiveness* memiliki t_{hitung} sebesar -0,108 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98761 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,108 < 1,98761$) maka H_a ditolak. Pada variabel *responsiveness* memiliki signifikansi sebesar 0,914 sehingga nilai $sig > 0,025$ ($0,914 > 0,025$) maka H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial *responsiveness* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

Pada variabel *assurance* memiliki t_{hitung} sebesar 2,876 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98761 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,876 > 1,98761$) maka H_a ditolak. Pada variabel *assurance* memiliki signifikansi 0,005 sehingga nilai $sig < 0,025$ ($0,005 < 0,025$) maka H_a diterima. Maka dapat disimpulkan secara parsial *assurance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

Pada variabel *empathy* memiliki t_{hitung} sebesar 3,025 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,98761 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,025 > 1,98761$) maka H_a ditolak. Pada variabel *empathy* memiliki signifikansi 0,003 sehingga nilai $sig < 0,025$ ($0,003 < 0,025$) maka H_a diterima. Maka dapat disimpulkan secara parsial *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

Tabel IV. 14
Hasil Uji Signifikansi Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.739	5	7.948	6.329	.000 ^b
	Residual	109.251	87	1.256		
	Total	148.989	92			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x5, x1, x2, x3, x4

Sumber.: Data primer yang telah diolah, (2020)

Berdasarkan output data di atas, F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan regression (df 1) adalah 5 dan residual (df 2) adalah 87, maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,32. Dari hasil uji signifikansi simultan di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 6,329 dan F_{tabel} 2,32, sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($6,329 > 2,32$) maka H_a diterima. Untuk nilai sig sebesar 0,000 sehingga nilai sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

5. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

1. Secara parsial *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir, terlihat pada nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ ($0,086 < 1,98761$). *Tangible* merupakan layanan yang dapat dilihat langsung oleh konsumen baik dalam hal penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik. *Tangible* yang baik juga dapat memberikan informasi yang jelas dan akurat sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa *tangible* bukan merupakan variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir, namun terdapat variabel yang lain yang berpengaruh seperti *assurance*. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian Paisal (2013) yang menyatakan bahwa *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Di Swalayan Yasir dimensi *tangible* bukan merupakan salah satu dimensi yang memengaruhi kepuasan konsumen hal ini terlihat dari hasil analisis data yang telah diuji oleh peneliti. Selain itu faktor yang menyebabkan *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari jawaban-jawaban angket yang telah disebarakan oleh peneliti, dimana sebagian responden memberikan skor yang sangat setuju terhadap variabel *tangible* namun tidak menutup kemungkinan bahwa masih ada juga responden yang memberikan jawaban skor kurang setuju, setuju, tidak setuju dan bahkan memberikan jawaban sangat tidak setuju. Maka dari itu hal ini juga merupakan salah satu penyebab variabel *tangible* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Yasir, meskipun kenyataannya peneliti tidak mengetahui apakah jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden merupakan jawaban-jawaban yang sesuai dengan penilaian responden sendiri, atau merupakan jawaban yang asal di jawab saja, jawaban ikut-ikutan, atau dikarenakan faktor lain.

2. Secara parsial *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir terlihat dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,449 < 1,98761$). *Reliability* merupakan kesanggupan pihak perusahaan memberikan layanan sesuai yang dijanjikan. *Reliability* yang baik akan

meningkatkan nilai suatu perusahaan, dimana pihak konsumen akan merasa lebih puas dengan layanan yang diperoleh.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel *reliability* bukan merupakan salah satu variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir. Dukungan hasil penelitian ini sejalan dengan *riset gab* jurnal Paisal. Paisal mengatakan bahwa *reliability* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Reliability merupakan kesanggupan karyawan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen, yang akan menyebabkan timbulnya kepuasan bagi pihak konsumen. Namun dalam penelitian ini variabel *reliability* bukan merupakan salah satu variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini terjadi dikarenakan adanya beberapa kemungkinan seperti, dilihat dari hasil output datanya bahwa variabel *reliability* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Dilihat dari jawaban-jawaban angket yang disebarakan peneliti, masih adanya responden yang memberikan jawaban skor rendah, namun ada juga memberikan skor tinggi. Untuk penelitian ini, 2 kemungkinan ini memang merupakan faktor yang menyebabkan variabel *reliability* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Meskipun sedikit cenderung mengenai jawaban-jawaban angket yang disebarakan peneliti tidak dapat dipastikan apakah jawaban-jawaban yang diberikan responden memang merupakan jawaban sesuai dengan penilaian responden sendiri atau dikarenakan faktor lain.

3. Secara parsial *responsiveness* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir terlihat dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,108 < 1,98761$). *Responsiveness* merupakan kesanggupan karyawan dalam memberikan layanan yang cepat kepada konsumen. *Responsiveness* yang baik yakni dapat memberikan layanan dengan cepat dan akurat. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel *responsiveness* juga bukan merupakan variabel yang memengaruhi kepuasan konsumen, namun terdapat variabel lain yang memengaruhi seperti *empathy*.

Responsiveness merupakan salah satu variabel independen dalam penelitian ini namun setelah dilakukan pengolahan data variabel ini tidak memberikan pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Hal ini terjadi dikarenakan beberapa faktor yakni, yang pertama hasil output data dari uji t menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan. Kedua dilihat dari hasil pengumpulan data dari responden, yakni melalui penyebaran angket langsung kepada konsumen Swalayan Yasir, memperoleh jawaban-jawaban yang berbeda dari setiap responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini, dimana sebagian responden memberikan jawaban yang mungkin memang sesuai dengan penilaiannya sendiri, namun tidak menutup kemungkinan sebagian responden memberikan jawaban-jawaban yang mungkin hanya sekedar menjawab, atau hanya mengikuti jawaban responden yang lain. Maka dari itu hal ini jelas mengakibatkan variabel

responsiveness tidak memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan.

4. Secara parsial *assurance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,876 > 1,98761$). *Assurance* merupakan jaminan yang dapat diberikan oleh pihak perusahaan kepada konsumen guna untuk meyakinkan pihak konsumen tentang kualitas produk maupun jasa yang diperoleh. *Assurance* juga berguna untuk memberikan proteksi dari risiko ketidakpastian dan dapat meningkatkan keyakinan pihak yang bersangkutan.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa *assurance* merupakan variabel yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu, yang menyatakan bahwa *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁷⁵

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan adanya pengaruh signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan. Hasil ini menunjukkan semakin baik jaminan yang dijanjikan ataupun diberikan oleh pihak Swalayan Yasir maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena kemampuan pihak Swalayan Yasir dalam memberikan jaminan seperti karyawan yang profesional dibidangnya sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi, karyawan yang berperilaku menanamkan rasa kepercayaan terhadap

⁷⁵Felita Sasongko & Hartono Subagio, hlm. 6.

konsumen dan adanya akses kemudahan dalam pembayaran, maka hal ini akan membentuk persepsi akan asuransi layanan yang baik maka kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpun semakin meningkat.

Selain itu dilihat dari hasil penyebaran angket yang dilakukan oleh peneliti, dalam variabel *assurance* dapat dikatakan responden yang dijadikan sebagai sampel memberikan jawaban-jawaban yang bernilai skor tinggi mengenai pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh peneliti, sehingga menimbulkan adanya pengaruh secara parsial variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidmpun. Meskipun tidak menutup kemungkinan sebagian jawaban yang yang diberikan responden bukan merupakan jawaban sesuai penilaiannya sendiri, dengan kata lain jawaban yang mengikuti jawaban-jawaban responden lain, atau jawaban yang asal dijawab, atau karena faktor lain.

5. Secara parsial *empathy* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,025 > 1,98761$). *Empathy* merupakan kemampuan yang langsung dilaksanakan oleh karyawan untuk memberikan kepedulian kepada konsumen, dalam hal ini karyawan harus dapat memahami kebutuhan konsumen, memberikan perhatian penuh serta sopan dan ramah.

Berdasarkan hasil analisis data *Empathy* merupakan salah satu variabel yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sekaligus variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan *riset gap*, yang menyatakan bahwa variabel *empathy*

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sekaligus menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.⁷⁶

Pada variabel *empathy* menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada dimensi *empathy* semakin tinggi maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena karyawan Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan telah memberikan perhatian besar kepada konsumen seperti, karyawan bersedia memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen, dapat mengutamakan kepentingan konsumen dan berperilaku ramah dan sopan, maka bentuk perhatian ini akan mampu memenuhi harapan konsumen akan layanan yang memuaskan.

Hal ini juga didukung oleh jawaban-jawaban angket yang telah disebarkan oleh peneliti, dimana banyaknya responden yang memberikan jawaban skor tinggi mengenai pernyataan-pernyataan dalam variabel *empathy*. Tidak menutup kemungkinan jawaban-jawaban yang diberikan responden memang jawaban yang sesuai dengan penilaian nya sendiri, karena sama-sama kita ketahui bahwa *empathy* merupakan salah satu dimensi yang diharapkan konsumen dalam layanan jasa.

⁷⁶Dika Lambang Krisdianti & Sunarti, hlm. 43.

6. Secara simultan variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,329 > 2,32$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yakni, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.⁷⁷

Dari kelima dimensi variabel X (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) merupakan dimensi yang sering dipakai dalam mengukur kepuasan konsumen dikarenakan sama-sama kita ketahui kelima dimensi ini sejalan untuk mengukur kepuasan konsumen dalam layanan jasa. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti apabila kelima dimensi variabel X terlaksana sesuai dengan prosedur yang semestinya dan sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

7. Uji koefisien determinasi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir sebesar 26,7% sedangkan sisanya 73,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini berarti 26,7% kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota

⁷⁷Dwi Aliyah Apriyani & Sunarti, hlm. 1.

Padangsidimpuan dipengaruhi oleh variabel X yang terdiri dari *tangible* (X₁), *reliability* (X₂), *responsiveness* (X₃), *assurance* (X₄), *empathy* (X₅). Sedangkan sisanya yaitu 73,3% Kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

8. Analisis regresi berganda memperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

$$KK = \alpha + b_1 t + b_2 r + b_3 rv + b_4 a + b_5 e + e$$

$$KK = 4,529 + 0,008 t + 0,132 r + -0,009 rv + 0,210 a + 0,293 e + 2,618$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 4,529 artinya apabila variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dianggap konstan atau 0 maka kepuasan konsumen adalah sebesar 4,529.
- b. Koefisien regresi variabel *tangible* sebesar (0,008) artinya apabila variabel *tangible* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga meningkat sebesar 0,008 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi variabel *reliability* sebesar (0,132) artinya apabila variabel *reliability* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga meningkat sebesar 0,132 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan

positif antara *reliability* dan kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.

- d. Koefisien regresi variabel *responsiveness* sebesar (-0,009) artinya apabila variabel *responsiveness* menurun 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga akan menurun sebesar -0,009 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap.
 - e. Koefisien regresi variabel *assurance* sebesar (0,210) artinya apabila variabel *assurance* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,210 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *assurance* dengan kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.
 - f. Koefisien regresi variabel *empathy* sebesar (0,293) artinya variabel *empathy* meningkat 1 satuan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,293 satuan dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *empathy* dengan kepuasan konsumen pada Swalayan Yasir.
9. Dari hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *tolerance* $> 0,05$ dan nilai *VIF* < 10 , maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Dapat dilihat dari hasil uji multikolinearitas bahwa nilai *tolerance* dari seluruh variabel $X > 0,05$, sedangkan nilai *VIF* dari kelima variabel $X < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian

ini terbebas dari multikolinearitas, dan sama-sama kita ketahui suatu penelitian akan lebih baik jika terbebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik scatterplot regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian yang baik harus terbebas dari heteroskedastisitas.

Seterusnya yang terahir hasil uji autokorelasi diketahui $DU < DW < 4 - DU = 1,7772 < 1,929 < 2,2228$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Dalam suatu penelitian yang baik memang harus terhindar dari autokorelasi

6. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan-keterbatasan dalam menyusun skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah responden yang hanya 93 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen hanya berfokus pada variabel *tangible*, *reliability*, *responsivenss*, *assurance* dan *empathy* tentunya masih kurang maksimal untuk memperoleh hasil yang efektif.
2. Objek penelitian hanya difokuskan kepada konsumen, yang mana hanya satu dari banyak objek lain yang juga dapat dijadikan menjadi objek.

3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner, yang terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga dikarenakan faktor lain seperti faktor kejujuran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan”, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan, maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa hanya dua variabel yang terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen yakni, variabel *assurance* dan variabel *empathy*.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan yang meliputi dimensi, *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* untuk menimbulkan rasa kepuasan pada diri konsumen. Maka disarankan kepada para pengusaha barang maupun jasa yang belum memperhatikan kualitas pelayanan dalam melayani konsumennya supaya kedepannya lebih memperhatikan kualitas pelayanan guna untuk menimbulkan kepuasan pada diri konsumennya, dan bagi pengusaha yang sudah menerapkan

pelayanan yang baik supaya tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya untuk kedepannya.

2. Bagi Swalayan Yasir sebaiknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan dalam melayani konsumennya, mengingat adanya 2 variabel yang diteliti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan yakni variabel *assurance* dan *empathy*, untuk itu diharapkan kepada Swalayan Yasir agar lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanannya untuk kedepannya. Mengingat terdapatnya pengaruh variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara simultan terhadap kepuasan konsumen maka diharapkan kepada pihak Swalayan Yasir supaya lebih memperhatikan lagi prosedur pelayanan yang baik, karena pengaruh yang simultan menunjukkan bahwa pelayanan yang telah diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen dan dapat melakukan perluasan objek penelitian selanjutnya, mengingat objek dalam penelitian yang digunakan hanya pada konsumen saja.

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU:

- Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*, Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2012.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2007.
- Dwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi, 2014.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CV. Andi, 2013.
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Getut Pramesti, *Statistik Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS 23*, Jakarta: Gramedia, 2016.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011.
- Muri Yusuf, *Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2014.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: CV. Alfabeta, 2012.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah, Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Rangkuti Ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Ilmu, 2016
- Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publisng, 2015.
- Slamet Rianto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.

SUMBER JURNAL:

- Afrinda Khoirista, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya)”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 25. No. 2, 2015.
- Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam”, dalam *Jurnal Of Business Administration*. Volume 1. No. 2, 2017.
- Dewi Sartika & Sutrisno K Djawa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Fly Wings Luwuk”, dalam *Jurnal Emor*. Volume 2. No. 1, 2020.
- Dewi Zulvia, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”, dalam *jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Volume 1. No. 2, 2014.
- Dika Lambang Krisdianti & Sunarti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza HUT Malang Town Square”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnin*, Volume 70. No. 1, 2019.
- Dwi Aliyyah Apriyani & Sunarti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo)”, dalam *jurnal Administrasi Bisnis*. Volume 51. No. 2, 2017.
- Elis Reinata Sulaeman, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Charly VHT Family Karaoke Cabang Garut)”, dalam *jurnal Manajemen*. Volume 14. No. 2, 2015.
- Eswika Nilasari & Istiatin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo”, dalam *Jurnal Paradigma*. Volume 13. No. 01, 2015.
- Farah Diza, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Fifgroup Cabang Bandung Manado)”, dalam *Jurnal Emba*. Volume 4. No. 1, 2016.
- Felita Sasongko & Hartono Subagio, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria”, dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Volume 1. No. 2, 2013.
- Henni Noviasari & Azrico, “Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru”, dalam *Jurnal Ekonomi*. Volume 20. No. 3, 2012.

- Laurensius Boro Kereta, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur”, dalam *Jurnal Administrasi dan Birokrasi*. Volume 1. No. 3, 2014.
- Muhammad Isa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar (Potensi) Panyabungan”, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Volume 5. No. 1, 2019.
- Panjaitan Januar Efendi & Ai Lili Yuliati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung”, dalam *Jurnal Manajemen*. Volume 11. No. 2, 2016.
- Paisal, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen”, dalam *Jurnal Manajemen Bisnis*. Volume 11. No. 4, 2013.
- Rodame Monitoriri Napitupulu, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara”, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Volume 4. No. 2, 2018.
- Rokhmat Subagiyo & Ahmad Budiman, “Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah”, dalam *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*. Volume 5. No. 2, 2019.
- Sirhan Fikri, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Merdeka Malang)”, dalam *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Volume 3. No. 1, 2016.p
- Yunus Alaan, “Pengaruh *Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance)* Terhadap *Customer Satisfaction (Studi Kasus Pada Hotel Serela Bandung)*”, dalam *Jurnal Manajemen*. Volume 15. No. 2, 2016.

SUMBER SKRIPSI:

- Muhammad Toha, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Anggota Koperasi Terhadap Loyalitas Anggota Koperasi Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Dana Tulungagung”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel), 2014.
- Nur Dwi Jayanti, “Kualitas Pelayanan (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangibles*) di Legend Premium Coffe Yogyakarta”, (Skripsi Universitas Negeri Jakarta), 2012.
- Saima Putri Tanjung, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Ib Griya (Studi Kasus Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padang Sidempuan), 2013

HASIL WAWANCARA

Hasil Wawancara dengan Saudari Riana, Selaku Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan, pada tanggal 15 Mei 2020 pukul. 14:25 Wib.

Hasil Wawancara dengan Saudari Samsidar, Selaku Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan, pada tanggal 20 Mei pukul. 10:15 Wib.

Hasil Wawancara dengan saudara Rahman Daulay, Selaku Konsumen Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan, pada tanggal 20 Mei 2020 pukul. 10:45 Wib.

Hasil Wawancara dengan bapak Muhammad Husein Tanjung, Selaku Pemilik Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan, pada tanggal 18 September 2020 pukul. 16:35 Wib.

LAMPIRAN 1

NO	<i>TANGIBLE</i>				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	4	5	5	4	18
2	4	4	4	4	16
3	5	4	5	4	18
4	5	4	4	5	18
5	4	4	4	4	16
6	5	4	4	4	17
7	5	4	5	5	19
8	5	5	5	5	20
9	5	4	5	5	19
10	5	4	4	5	18
11	4	4	4	5	17
12	5	4	4	4	17
13	5	4	5	5	19
14	5	5	4	5	19
15	4	4	5	5	18
16	4	5	5	4	18
17	4	4	4	4	16
18	5	4	5	5	19
19	4	4	4	5	17
20	5	5	4	5	19
21	5	4	4	5	18
22	4	5	5	5	19
23	4	4	5	5	18
24	4	4	4	5	17
25	4	4	5	5	18
26	5	4	5	5	19
27	5	4	5	5	19
28	5	4	4	5	18
29	4	4	5	5	18
30	5	4	5	5	19
31	5	5	4	5	19
32	5	4	4	5	18
33	4	4	4	5	17
34	5	4	5	5	19
35	4	4	5	5	18
36	5	4	4	5	18
37	5	4	5	5	19

38	5	5	4	4	18
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	5	17
42	5	5	5	4	19
43	4	5	5	4	18
44	5	5	5	5	20
45	4	5	5	5	19
46	5	5	4	5	19
47	5	5	5	5	20
48	4	4	4	5	17
49	5	5	5	4	19
50	4	4	4	4	16
51	5	4	4	5	18
52	5	4	4	4	17
53	5	5	5	5	20
54	5	5	4	5	19
55	4	4	4	4	16
56	5	5	5	5	20
57	5	4	5	5	19
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	5	19
61	4	4	4	5	17
62	4	4	4	5	19
63	4	4	5	5	18
64	4	4	4	5	19
65	4	4	4	5	19
66	4	4	5	4	19
67	4	4	5	4	19
68	5	5	5	4	19
69	4	4	4	5	19
70	4	4	5	5	18
71	5	5	4	5	19
72	5	5	4	5	19
73	5	5	4	4	18
74	5	5	5	4	19
75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	5	19
78	4	4	5	4	19

79	5	4	4	3	16
80	5	5	5	5	20
81	4	5	5	5	19
82	4	4	4	4	16
83	5	4	4	4	17
84	4	4	4	4	16
85	5	4	5	5	19
86	5	4	5	5	19
87	5	4	5	5	19
88	4	3	4	3	14
89	4	4	4	4	16
90	5	4	4	4	17
91	4	4	4	4	16
92	5	4	5	5	19
93	5	5	5	5	20

LAMPIRAN 2

NO	<i>RELIABILITY</i>				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	4	19
3	4	4	5	5	18
4	5	4	4	5	18
5	5	4	4	5	18
6	4	4	4	4	18
7	5	4	4	5	18
8	5	4	3	4	16
9	5	4	4	4	17
10	5	4	4	4	17
11	5	5	4	5	19
12	4	4	4	4	16
13	5	4	3	5	17
14	4	4	4	4	16
15	4	5	5	5	19
16	4	4	3	4	15
17	4	4	3	4	15
18	4	4	4	5	17
19	4	4	3	5	16
20	5	4	3	5	17
21	5	4	4	4	17
22	5	4	3	5	17
23	5	4	3	4	16
24	5	4	3	5	17
25	4	4	4	5	17
26	5	4	3	4	16
27	5	4	3	4	16
28	5	4	3	5	17
29	5	4	3	4	16
30	5	4	3	5	17
31	4	3	3	5	15
32	5	4	4	5	18
33	5	4	4	5	18
34	5	4	4	5	18
35	5	4	4	5	18
36	5	4	4	5	18
37	5	4	4	5	18

38	5	4	4	5	18
39	3	3	3	4	13
40	4	3	3	3	13
41	4	4	4	4	16
42	5	4	4	4	17
43	4	4	4	5	17
44	4	5	5	5	19
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	3	18
47	5	4	3	5	17
48	4	5	4	5	18
49	5	4	4	4	17
50	5	5	4	5	19
51	4	4	4	5	17
52	5	5	4	4	18
53	4	4	4	5	17
54	4	4	4	4	16
55	5	5	4	5	19
56	5	4	4	4	17
57	5	4	4	4	17
58	5	4	4	5	18
59	5	4	3	5	17
60	5	4	4	4	17
61	4	4	4	5	17
62	4	4	5	5	18
63	5	4	4	5	18
64	5	4	4	3	16
65	4	4	4	5	19
66	4	4	4	5	17
67	4	4	3	5	16
68	5	4	4	4	17
69	5	5	4	5	19
70	5	4	4	4	17
71	4	4	4	5	17
72	5	4	4	4	17
73	4	4	4	4	16
74	5	4	4	5	18
75	4	4	4	4	16
76	5	5	4	5	19
77	5	5	4	4	18
78	4	5	5	4	18

79	5	4	5	4	18
80	4	3	3	4	14
81	5	4	4	4	17
82	5	4	4	4	17
83	4	4	4	4	16
84	5	5	4	5	19
85	4	4	4	4	16
86	5	5	5	4	19
87	4	4	4	4	16
88	5	4	4	5	18
89	4	5	5	5	19
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	3	15
92	3	3	3	5	14
93	4	5	5	3	17

LAMPIRAN 3

NO	<i>RESPONSIVENESS</i>				JUMLAH
	1	2	3	4	
p1	4	4	4	5	17
2	5	4	4	5	18
3	4	3	4	3	14
4	4	4	4	3	15
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	18
7	4	4	3	3	14
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	5	4	4	4	17
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	4	4	4	17
15	4	4	4	4	16
16	3	4	4	4	15
17	4	3	4	3	14
18	4	3	4	3	14
19	4	4	4	3	15
20	4	4	4	3	15
21	4	4	4	3	15
22	4	4	4	3	15
23	4	3	4	3	14
24	4	5	4	3	16
25	4	4	4	3	15
26	4	3	3	3	13
27	3	3	4	3	13
28	4	4	4	3	15
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	3	15
31	3	3	4	3	13
32	4	4	4	3	15
33	4	3	4	3	14
34	4	3	4	3	14
35	4	3	4	3	14
36	4	4	4	3	15
37	4	3	4	3	14

38	4	3	4	3	14
39	4	3	3	3	13
40	3	3	3	3	12
41	4	4	4	4	16
42	4	3	4	4	15
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	5	17
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	5	4	4	3	16
48	5	4	3	4	17
49	4	3	4	4	15
50	3	4	4	4	15
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	4	3	4	4	15
55	5	4	3	3	15
56	4	3	3	4	14
57	3	3	4	4	14
58	4	3	4	3	14
59	4	3	4	4	15
60	4	3	3	2	12
61	3	3	4	4	14
62	4	4	4	3	15
63	4	3	3	4	14
64	4	4	4	4	16
65	3	4	4	4	15
66	4	4	3	4	15
67	3	4	4	4	15
68	3	3	4	3	13
69	4	5	5	3	17
70	3	4	4	2	13
71	4	4	4	3	15
72	4	3	4	3	14
73	4	4	4	4	16
74	4	4	3	3	14
75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16
77	4	4	3	3	14
78	4	4	4	4	16

79	4	4	3	3	14
80	4	4	4	5	17
81	3	3	4	3	13
82	3	3	4	3	13
83	4	3	4	4	15
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	3	3	4	3	13
88	4	4	4	4	16
89	3	4	4	3	14
90	4	4	4	4	16
91	4	3	4	3	14
92	4	3	3	3	13
93	4	3	4	4	15

LAMPIRAN 4

NO	ASSURANCE				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	4	4	4	5	17
2	5	4	4	5	18
3	5	5	4	4	18
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	5	4	5	5	19
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	3	15
9	4	4	4	3	15
10	4	4	4	4	16
11	4	3	4	4	15
12	4	4	4	4	16
13	5	5	5	4	19
14	5	5	5	4	19
15	5	5	5	4	19
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	5	17
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	3	15
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	2	14
23	5	4	4	5	18
24	5	4	4	5	18
25	5	4	4	3	16
26	5	4	4	5	18
27	5	5	4	3	17
28	4	4	4	4	16
29	5	5	4	4	18
30	5	4	4	3	16
31	5	4	4	3	16
32	5	4	4	3	16
33	5	4	4	5	18
34	5	4	4	2	15
35	5	5	4	4	18
36	3	4	4	3	14
37	4	4	4	3	15

38	2	3	4	2	11
39	4	4	4	3	15
40	4	4	4	3	15
41	4	4	4	4	16
42	5	4	4	5	18
43	5	5	4	3	17
44	4	4	4	4	16
45	5	5	3	4	17
46	5	5	5	4	19
47	5	5	4	4	18
48	5	5	5	4	19
49	5	5	4	4	18
50	5	5	4	4	18
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	5	4	4	3	16
54	5	5	5	4	19
55	5	5	5	4	19
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	3	18
59	5	4	4	3	16
60	4	4	4	4	16
61	3	4	3	3	13
62	4	4	5	3	16
63	3	4	4	3	14
64	3	3	4	5	15
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	3	15
67	5	4	4	3	16
68	5	4	3	2	14
69	3	4	4	4	15
70	4	4	4	4	16
71	5	4	3	2	14
72	5	4	3	3	15
73	5	4	4	4	17
74	5	4	4	4	17
75	3	4	4	4	15
76	5	5	3	3	16
77	4	4	4	4	16
78	3	3	4	4	14

79	4	4	4	4	16
80	5	4	4	4	17
81	5	5	4	3	17
82	3	4	4	3	14
83	3	3	3	3	14
84	3	3	3	3	12
85	4	4	4	3	15
86	4	5	5	5	19
87	3	3	3	3	13
88	3	4	4	4	15
89	4	3	3	3	13
90	5	4	4	4	17
91	3	3	4	3	13
92	3	3	5	3	14
93	3	4	4	4	15

LAMPIRAN 5

NO	<i>EMPATHY</i>				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	4	p4	4	4	16
2	4	5	4	4	17
3	4	5	5	4	18
4	4	3	4	4	15
5	4	4	4	5	17
6	4	4	4	5	17
7	4	4	4	5	17
8	4	3	4	4	15
9	4	3	4	4	15
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	3	3	4	4	14
13	4	4	4	5	17
14	4	3	4	5	16
15	4	4	4	4	16
16	5	4	4	5	18
17	4	4	4	3	15
18	4	3	3	5	15
19	4	3	3	4	14
20	4	3	4	5	16
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	5	17
23	4	3	4	5	16
24	5	4	4	5	18
25	3	4	4	5	16
26	4	3	4	4	15
27	4	3	4	5	16
28	4	3	3	5	15
29	3	3	4	4	14
30	3	3	3	3	12
31	3	3	3	5	14
32	3	4	4	4	15
33	4	3	4	4	15
34	4	4	4	4	16
35	3	4	4	4	15
36	3	4	4	5	16
37	3	4	4	4	15

38	2	3	4	4	13
39	3	4	3	4	14
40	3	3	3	4	13
41	4	3	3	4	14
42	4	4	5	5	18
43	4	4	4	5	17
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	3	4	4	4	15
47	4	4	4	5	17
48	4	3	4	4	15
49	3	4	4	4	15
50	4	3	4	4	15
51	4	4	4	4	16
52	3	3	5	4	15
53	3	4	4	5	16
54	4	4	3	5	16
55	3	3	4	4	14
56	3	3	2	4	12
57	3	4	4	5	16
58	3	3	3	5	14
59	5	4	4	4	17
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	3	4	4	4	15
63	4	4	5	4	17
64	4	4	4	3	15
65	3	4	4	4	15
66	4	4	4	3	15
67	4	4	3	3	14
68	3	3	4	4	14
69	3	4	4	3	14
70	3	3	4	5	15
71	4	4	4	5	17
72	4	4	4	3	15
73	4	4	4	4	16
74	3	4	4	4	15
75	3	4	4	4	15
76	3	4	4	4	15
77	4	3	4	4	15
78	4	4	4	4	16

79	3	3	5	4	15
80	4	4	4	4	16
81	4	3	3	5	15
82	4	4	4	4	16
83	3	4	4	5	16
84	4	3	3	4	14
85	3	3	3	3	12
86	4	4	4	4	16
87	3	3	4	4	14
88	3	2	4	4	13
89	4	4	4	3	15
90	4	4	4	5	17
91	3	3	4	3	13
92	4	4	3	4	15
93	3	3	3	5	14

LAMPIRAN 6

NO	KEPUASAN KONSUMEN				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	5	5	4	4	18
2	5	4	4	4	17
3	4	5	4	5	18
4	3	4	4	4	15
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	3	15
7	3	4	4	4	15
8	3	4	4	3	14
9	3	4	3	3	13
10	3	4	4	4	15
11	4	4	4	3	15
12	3	4	4	4	15
13	4	4	4	4	16
14	3	4	4	3	14
15	3	4	3	4	14
16	3	5	5	5	18
17	3	4	4	3	14
18	4	4	3	4	15
19	4	3	3	4	14
20	3	4	4	3	14
21	3	4	4	4	15
22	3	4	4	3	14
23	4	4	4	4	16
24	3	4	4	4	15
25	3	4	4	3	14
26	4	4	3	4	15
27	3	4	3	3	13
28	3	4	3	4	14
29	3	4	4	3	14
30	3	4	4	3	14
31	3	4	3	4	14
32	3	4	3	3	13
33	3	4	4	3	14
34	3	4	4	3	14
35	3	4	3	4	14
36	3	4	4	3	14
37	4	4	3	4	15

38	2	3	3	3	11
39	4	4	3	3	14
40	3	4	3	3	13
41	3	4	4	4	15
42	3	4	4	4	15
43	4	4	4	4	16
44	4	4	5	5	18
45	3	3	3	4	13
46	4	4	3	4	15
47	4	4	4	4	16
48	4	4	3	3	14
49	3	4	3	4	14
50	3	4	4	4	15
51	3	4	4	4	15
52	3	4	4	3	14
53	5	4	3	4	16
54	4	4	4	5	17
55	4	4	3	4	15
56	3	4	4	4	15
57	4	4	3	4	15
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	3	4	4	4	15
61	5	4	4	4	17
62	3	4	3	5	15
63	3	4	4	3	14
64	4	4	4	3	15
65	3	4	4	4	15
66	3	4	3	4	14
67	4	4	3	3	14
68	3	4	4	4	15
69	4	4	3	3	14
70	3	4	4	4	15
71	3	4	4	3	14
72	3	4	4	4	15
73	3	3	4	4	14
74	4	4	4	3	15
75	3	4	4	4	15
76	3	3	5	3	14
77	3	4	4	4	15
78	3	3	4	3	13

79	3	4	4	3	14
80	3	3	4	3	13
81	3	4	3	4	14
82	3	4	4	4	15
83	4	4	4	4	16
84	3	3	3	3	12
85	3	4	4	3	14
86	3	4	4	4	15
87	3	4	3	3	13
88	4	4	4	4	16
89	3	4	4	3	14
90	3	3	4	3	13
91	3	3	3	3	12
92	4	4	3	4	15
93	3	3	5	3	14

Dokumentasi Penyebaran Angket



Gambar 1. Indra Sakti (Konsumen Swalayan Yasir)

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 2. Nurhayati (Konsumen Swalayan Yasir)

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 3. Basrah Lubis (Konsumen Swalayan Yasir)
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 4. Adek Hanna Tri Hartati Malau (Konsumen Swalayan Yasir)
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 5. Halimah (Konsumen Swalayan Yasir)
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 6. Farid Ahmad (Konsumen Swalayan Yasir)
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 7. Nurhayati (Konsumen Swalayan Yasir)

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 8. Zahra Aliya (Konsumen Swalayan Yasir)

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 9. Muhardi (Konsumen Swalayan Yasir)
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)



Gambar 10. Jalang Laut Siregar (Konsumen Swalayan Yasir)
Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)

Gambar 11. Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan



Gambar 12. Grosir Cabang Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan



Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)

Gambar 13. Fasilitas Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidimpuan



(Meja Kasir)



(CCTV)



(Wifi)



(Pendingin Ruang (AC))



(Area Parkir)



(Tempat Duduk Konsumen)

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)

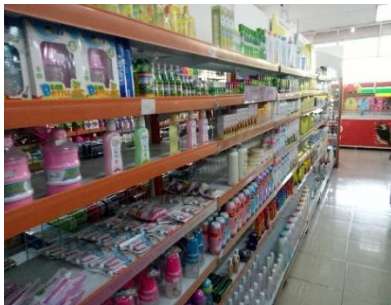
Gambar 14. Produk Yang Disediakan Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan



(Aneka Minuman)



(Aneka Makanan Ringan)



(Kosmetik)



(Peralatan Sekolah dan Lain-Lain)



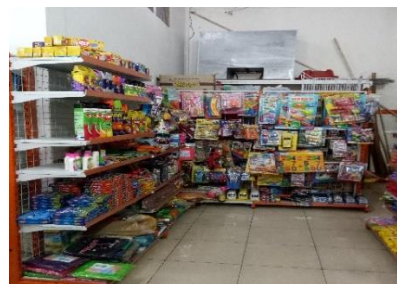
(Perlengkapan Rumah Tangga)



(Perlengkapan Dapur)



(Campuran)



(Dan Lain-Lain)

Sumber: Dokumen Pribadi Peneliti, (2020)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : MISRA YANTI
Tempat/ Tgl. Lahir : Pasaman Barat, 01 Februari 1998
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jorong Sitabu, Nagari Rabi Jonggor,
Kec. Gunung Tuleh, Kab. Pasaman Barat. Prov. Sumatera Barat

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Syakban Lubis (Alm)
Nama Ibi : Marni
Pekerjaan : Petani
Alamat : Jorong Sitabu, Nagari Rabi Jonggor, Kec.
Gunung Tuleh, Kab. Pasaman Barat. Prov.
Sumatera Barat

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD Negeri 05 Gunung Tuleh
Tahun 2010-2013 : MTSM Paraman Ampalu
Tahun 2013-2016 : MAS Muhammadiyah Paraman Ampalu
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah IAIN
Padangsidempuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK Sementara : 3,54
Karya Tulis Ilmiah : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota
Padangsidempuan



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 : 0309 /In.14/G.1/PP.00.9/09/2019

Lampiran : -

Hal : -

: Penunjukan Pembimbing Skripsi

19 September 2019

Yth. Bapak/Ibu;

1. Budi Gautama Siregar : Pembimbing I
2. Rodame Monitorir Napitupulu : 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 : Misra Yanti
 NIM : 1640200048
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : Manajemen Bisnis
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Swalayan Yasir Pijorkoling 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

Tembusan :
 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 : 2285.4/In.14/G.1/G.4b/TL.00/09/2020
Hal : Mohon Izin Riset

September 2020

Yth; Swalayan Yasir Pijorkoling Padangsidempuan.

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

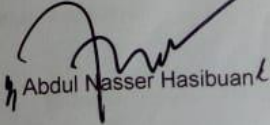
Nama	: Misra Yanti
NIM	: 1640200048
Semester	: IX (Sembilan)
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan ".

Sehubungan dengan itu, bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas adalah sangat diharapkan.

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

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Husein Tanjung
Jabatan : Pimpinan Swalayan Yasir Pijorkoling Kota PSP

Dengan ini menerangkan bahwa:

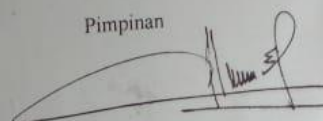
Nama : Misra Yanti
Nim : 16 402 0048
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
Tahun Akademik : 2019/2020

Adalah benar telah melakukan riset di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan pada bulan Maret s.d bulan September 2020 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan"

Demikian surat ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Padangsidempuan -09- 2020

Pimpinan



Muhammad Husein Tanjung

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
 di Swalayan Yasir Pijorkoling Kota Padangsidempuan

QUALITY REPORT

3%

QUALITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

INTERNET SOURCES

Submitted to IAIN Padangsidempuan

Student Paper

9%

jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id

Internet Source

6%

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

3%

eprints.uny.ac.id

Internet Source

1%

dspace.uii.ac.id

Internet Source

1%

media.neliti.com

Internet Source

1%

repositori.umsu.ac.id

Internet Source

1%

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

1%

ejournal.unsri.ac.id