

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
SWALAYAN GARUDA MITRA DI KOTA PONTIANAK**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nordani (11170210)

Program studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2021**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Progm Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Di susun oleh :

NORDANI

11170210

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nordani
NIM : 11170210
Program studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Bisni
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN GARUDA MITRA DI KOTA PONTIANAK”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 12 April 2020

Yang menyatakan



(Nordani)
NIM.11170210

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN GARUDA MITRA DI KOTA
PONTIANAK ”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

NORDANI

11170210

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

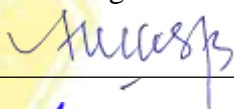
Universitas Kristen Duta Wacana


dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 14 Juni 2021

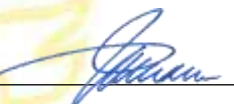
Nama Dosen

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dra. Ety Istriani, MM
(Dosen Penguji)
3. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec.,Dev
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Tanda Tangan







Yogyakarta, 20 Juli 2021

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis




Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
SWALAYAN GARUDA MITRA DI KOTA PONTIANAK**

Yang saya kerjakan guna melengkapi syarat untuk menjadi sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Adalah bukan hasil tiruan dan ataupun duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi manapun, kecuali pada bagian sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika di kemudian di dapati bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 17 Mei 2021



NORDANI (11170210)

HALAMAN MOTTO

Semua yang terjadi adalah takdir, namun takdir bisa dirubah dengan cara berusaha dan berdoa semaksimal mungkin.

Carilah dahulu kerajaan-Nya maka semuanya akan ditambahkan (Matius 6 : 33)

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini, penulis persembahkan dengan bangga dan penuh rasa syukur kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat, karunia, dan penyertaan-Nya berbagai macam kesulitan dan hambatan yang sempat dialami dalam pengerjaan hingga penyelesaian proses pembuatan skripsi dapat dilalui dengan baik.
2. Sponsor, Ayah dan Ibu dan Istri serta semua keluarga penulis, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi dan para pemimpin-pemimpin dan temanteman dalam komunitas yang selalu memberi dukungan doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis dan menjadi semangat dan motivasi penulis untuk mengejar cita-cita.
3. Dosen pembimbing penulis, Bapak Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev sekaligus yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun dan mengarahkan penulis, serta memberikannya bimbingan dan pelajaran yang tiada nilai harganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapa Ibu dosen yang turut andil dalam memberikan saran dan membagi pengetahuan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Pak Hendra, yang juga sudah menjadi dosen, mentor dan teman bertukar pendapat selama kuliah di Jogja, Pak Edy Nugroho, dan seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama kuliah.
5. Teman-teman seperjuangan skripsi grup: Rizath Widodo Selan, Tomi Berajan, Jeprianto Mambua dan Bambang yang sudah membantu memberikan semangat, motivasi dan waktu dalam mengerjakan skripsi.
6. Seluruh teman-teman program studi manajemen angkatan 2017 khususnya konsentrasi *pemasaran* yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
7. Fakultas dan kampus tercinta, Fakultas Bisnis UKDW yang selalu memfasilitasi penulis dan membantu penulis menyelesaikan proses selama pengerjaan skripsi hingga semua terselesaikan dengan baik dan lancar.
8. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas *support* dan doanya.

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan penulis panjatkan syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas cinta kasih dan kasih karunia dan kemurahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN GARUDA MITRA DI KOTA PONTIANAK.**

Penulis skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh gelar sarjana S-1 Fakultas Bisnis Prodi Manajemen, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa mulai dari proses persiapan samapai penyelesaian skripsi ini tentunya penulis banyak sekali hambatan yang ditemui, namun penulis mensyukuri bahwa campur tangan dan bantuan dari berbagai pihak membuat hambatan ini menjadi ringan, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah turut terlibat membantu kelancaran proses penyelesaian skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan pengetahuan yang luas dan berguna bagi penulis serta semua pihak yang terkait. Terima kasih.

Yogyakarta, 17 Mei 2021



NORDANI (11170210)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.2.1 Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?	5
1.2.2 Apakah persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?	5
1.2.3 Apakah produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?	5
1.2.4 Apakah lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?	5
1.2.5 Apakah kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi secara bersama sama atau simultan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?	5
1.2.6 Tujuan Penelitian.....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	5
1.4 Batasan Penelitian	6
BAB 2 KAJIAN TEORI	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran	7

2.1.2 Konsep Pemasaran.....	8
2.1.3 Kepuasan Konsumen	9
2.1.4 Kualitas Layanan	15
2.1.5 Persepsi Harga	22
2.1.6 Produk.....	27
2.1.7 Lokasi	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Berpikir	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Data Primer	34
3.3 Data Sekunder	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Populasi	35
3.4.2 Sampel	36
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	36
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	36
3.5.2 Variable Dependen	37
3.5.3 Variabel Independen.....	37
3.6 Skala Pengukuran	39
3.7 Metode Analisis Data	40
3.7.1 Uji Validitas.....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas	41
3.8 Analisis Deskriptif.....	42
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.8.2 Uji Parsial (t-test)	43
3.8.3 Uji Simultan (F-test).....	44
3.8.4 Koefisien Determinasi	45
BAB 4 HASIL PENELITIAN	46

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	46
4.1.1	Objek Penelitian	46
	Dalam penelitian ini yang di teliti adalah kepuasan konsumen terhadap populasi konsumen SWALAYAN GARUDA MITRA kota pontianak. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode <i>non probability sampling</i> dan menggunakan tehnik <i>purposive sampling</i>	46
4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	46
4.2.1	Uji Validitas.....	47
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	48
4.3	Analisis Deskriptif.....	49
4.3.1	Analisis profil Responden	49
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.3.4	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.3.5	Uji Signifikasi secara Simultan (Uji F)	57
4.3.6	Uji Signifikasi secara Parsial (Uji t-test)	58
4.4	Analisis Hasil Pembahasan	59
4.4.1	Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam berbelanja di Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.....	62
4.4.2	Pengaruh persepsi harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam berbelanja di Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.....	65
4.4.3	Pengaruh produk (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam berbelanja di Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.....	66
4.4.4	Pengaruh lokasi (X4) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam berbelanja di Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.....	67
4.4.5	Pengaruh Kualitas Layanan(X1), Persepsi Harga(X2), Produk (X3), dan Lokasi(X4) terhadap Kepuasan konsumen (Y) dalam berbelanja di Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.	68
BAB V	70
5.1	Kesimpulan.....	70
	Berdasarkan pengolahan dan analisis data yang dilakukan terhadap 100 reponden tentang pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak dengan taraf kesalahan 5%, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.....	70

5.2 Keterbatasan Penelitian	71
1. Penelitian ini hanya melibatkan sampel konsumen Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak sejumlah 100 orang, sehingga tingkat keakuratan dari penelitian ini belum maksimal.	71
5.3 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76
Kuesioner Penelitian.....	76
Jawaban kuesioner (tabel exell)	83
Hasil olah data kuesioner	93

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.2.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, Lokasi dan Kepuasan Konsumen.	47
Tabel 4.2.2 Reliabilitas	48
Tabel 4.3.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	49
Tabel 4.3.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	50
Tabel 4.3.3 karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	51
Tabel 4.3.4 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	52
Tabel 4.3.5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.	52
Tabel 4.3.6 Hasil Analisis Regresi Liner Berganda	53
Tabel 4.3.7 Koefisien Determinasi (R^2)	56

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka berpikir.....	32
---------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	76
Lampiran 2	Jawaban Kuesioner Responden	83
Lampiran 3	Hasil olah data kuesioner Responden.....	93
Lampiran 4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	95
Lampiran 5	Halaman Persetujuan.....	97
Lampiran 6	Lembar Revisi Uji Pendadaran	98
Lampiran 7	Formulir Revisi Judul Skripsi	99
Lampiran 8	Kartu Konsultasi Skripsi	100

©UKDW

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
SWALAYAN GARUDA MITRA DI KOTA PONTIANAK**

Oleh:

Nordani

Nim: 11170210

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah guna menganalisis pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak. Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden, pengambilan data dengan menggunakan purposive sampling. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: (1). Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2). Variabel persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3). Variabel produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan (4). Variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (5) Variabel kualitas layanan, persepsi harga, produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Data dianalisis dengan menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di swalayan garuda mitra kota pontianak, dan variabel produk

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di swalayan garuda mitra kota pontianak. Koefisien determinasi (adjusted R square) adalah 0,620 yang berarti variabel kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi dapat menjelaskan kepuasan konsumen dalam berbelanja di swalayan garuda mitra kota pontianak sebesar 62,0% dan sisanya sebesar 38,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini yaitu seperti promosi, kepercayaan, citra merek dan lain-lain.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Produk, Lokasi dan Kepuasan Konsumen

©UKDW

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION,
PRODUCT AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION OF
GARUDA MITRA DEPARTEMENT STORE IN PONTIANAK**

By:

Nordani

Number: 11170210

ABSTRACT

Research purposes this is for analyzing the effect of service quality, price perception, product and location on customer satisfaction in shopping at the Garuda Mitra supermarket in Pontianak. The data analyzed amounted to 100 respondents, data collection using purposive sampling. The hypotheses proposed in this study are: (1). Service quality variable has no effect significant on consumer satisfaction, (2). The price perception variable has no significant effect on consumer satisfaction, (3). The product variable significantly affects consumer satisfaction, and (4). The location variable has no significant effect on consumer satisfaction (5) Variables of service quality, perception of price, product, and location simultaneously affect consumer satisfaction.

Data were analyzed using multiple linear regression. Research result show service quality variable, price perception, and location partially have no significant effect on consumer satisfaction in shopping at the Garuda partner supermarket in Pontianak, and the product variable partially has a significant

effect on customer satisfaction in shopping at the Garuda partner supermarket in Pontianak. Coefficient determination (adjusted R square) is 0.620 which means that the variables of service quality, price perception, product and location can explain consumer satisfaction in shopping at the Garuda partner supermarket, Pontianak city by 62.0% and the remaining 38.0% is influenced by other variables that not included in this research model, such as promotion, trust, brand image and others.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Product, Location and Customer Satisfaction

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Era globalisasi telah melanda berbagai aspek kehidupan manusia, terutama aspek teknologi jauh lebih canggih dan terus berkembang dibanding dengan beberapa tahun sebelumnya. Contohnya transportasi, komunikasi elektronik, bahkan di dunia maya. Maka oleh sebab itu perusahaan harus memiliki teknik jitu untuk tetap bisa bersaing. (Kartajaya, 2004)

Baru baru ini di Indonesia digemparkan dengan berita menyebarnya virus corona sehingga sangat berdampak yang signifikan terhadap stabilitas ekonomi di Indonesia. Perekonomian Indonesia mulai agak menurun lagi dewasa ini. Ini ditandai dengan tingkat kemampuan konsumen untuk datang dan membeli barang.

Pemulihan klien merupakan salah satu kunci perusahaan untuk berhasil. Dengan adanya keadaan dan situasi saat ini, tidak menutup kemungkinan menyebabkan pelanggan beralih. Banyak hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya adalah kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi Swalayan.

Pemenuhan klien bisa menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan perdagangan. “Dalam suatu bisnis, kepuasan konsumen menjadi sebuah acuan yang menjadi dasar bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen. Jika semua harapan yang diinginkan konsumen terpenuhi maka konsumen akan merasa puas”. (Fandy T. , Strategi Pemasaran, ed.3 , 2012:146)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Menurut Kotler dan Keller (Keller, 2009) “secara umum kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”. Dalam teori ini menjelaskan bahwa seorang konsumen merasa puas dan senang apabila kinerja atau hasil dari suatu produk sesuai dengan harapan yang diinginkannya.

Menurut Tjiptono & Chandra (Chandra, 2011), "Konsep kualitas diakui sebagai sebuah ukuran kesempurnaan dari produk atau jasa dimulai dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*)". Secara spesifik kualitas desain merupakan fungsi penting dari sebuah produk atau jasa, adapun kualitas kesesuaian merupakan tolak ukur seberapa tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan syarat atau spesifikasi kualitas yang sebelumnya sudah ditentukan".

Jika beberapa factor dapat memenuhi harapan konsumen maka hal itu bisa dikatakan kualitas. "Diantaranya kondisi dinamis, yang berhubungan dengan produk, jasa, sumberdaya manusia, proses dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan". (Tjiptono & Chandra, Service and Satisfaction, 2011) Menurut beberapa definisi yang telah diungkapkan di atas dalam kata lain, kualitas merupakan sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen.

(Tjiptono V. &, 2011) "*Service is an interactive process of doing something for someone*". Mempunyai arti bahwa layanan/ jasa adalah proses interaksi dalam melakukan sesuatu hal kepada seseorang. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa layanan/ jasa adalah sebuah aktifitas atau tindakan interaksi antara pihak pemberi dan pihak penerima layanan/ jasa yang ditawarkan oleh pihak pemberi secara tidak kelihatan sehingga tidak dapat dirasakan secara fisik.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2001) "Persepsi harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, persepsi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa".

Arti lain persepsi harga yaitu "segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan" (Kotler & Armstrong, 2001), ada empat ciri-ciri indikator persepsi harga, dan ini digunakan oleh peneliti sebagai indikator untuk mengukur persepsi harga lebih. sebagai berikut: "keterjangkauan persepsi harga, kesesuaian persepsi harga dengan kualitas produk, daya saing dan kesesuaian" (Moh. & Sri,

2014). “Daya saing merupakan sesuatu yang sangat dinamis, dimana keunggulan saat ini bisa saja menjadi tidak unggul di masa yang akan datang, demikian sebaliknya” (Hermayanti, 2013) Kesesuaian persepsi harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Persepsi harga bisa dikatakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena persepsi harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. “Menetapkan persepsi harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika persepsi harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh organisasi perusahaan” (Cannon & McCarthy, 2009).

Menurut (Cannon & McCarthy, 2009) “kualitas produk adalah kemampuan kemampuan produk untuk memberikan kepuasan pada kebutuhan dan keperluan pelanggan”. Arti tersebut berpusat pada pelanggan serta berfokus pada bagaimana pelanggan berpikir bahwa produk tersebut sesuai dengan tujuan mereka.

Dari definisi diatas bisa ditarik kesimpulan, kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan secara konsisten.

(Swastha, 2000) mengartikan “lokasi adalah letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba”. “Lokasi adalah tempat toko yang paling menguntungkan yang dapat dilihat dari jumlah rata-rata khalayak yang melewati toko itu setiap harinya, persentasi khalayak yang mampir ke toko”. (Kotler : 1997).

Tjiptono (2002) menjelaskan : Bahwa di dalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (Akses) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum, (Visibilitas) yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lokasi berada pada lalu lintas (Traffic) atau berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya impulse buying, lingkungan sekitar mendukung barang dan jasa yang di tawar kadang jauh dari lokasi pesaing. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang

penting dalam usaha menarik pelanggan (Kotler : 1997). Manullang (1991) menjelaskan : Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan dengan suplier, dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum.

Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak merupakan supermarket yang bergerak dalam bidang retail. Perusahaan ini berdiri sejak 1991, beralamatkan di Jl. H. Rai A. Rachman, Sungai Jawi Dalam, Kec. Pontianak Bar., Kota Pontianak Kalimantan Barat 78115. Akhir-akhir ini pelanggan yang datang dirasa semakin menurun, sebelum pandemi pelanggan datang berbelanja harian dari jam 08.00 sampai malam, tapi sekarang sepi, begitu juga belanja bulanan, pelanggan datang berbelanja hanya datang dari tanggal 01-10, sehabis itu akhir bulan yaitu tanggal 25. Kendala pertama yang dihadapi yaitu protokol kesehatan untuk mengurangi penyebaran covid-19 dari pemerintah, terkadang ditemui oleh petugas pemerintah, pelanggan berbelanja di Swalayan tidak menggunakan masker dan akhirnya pihak Swalayan dimarahi dan ditindaki. Dengan adanya fenomena seperti itu, maka pelanggan maupun karyawan akan ditolak jika tidak menaati protokol kesehatan. Masalah diatas merupakan penyebab berkurangnya pelanggan yang datang untuk berbelanja. Dalam hal ini peneliti juga akan mengaitkan variabel harga produk dan lokasi terkait berkurangnya pelanggan datang berbelanja. Hal ini diketahui melalui wawancara dengan Pak Agusuhendra selaku humas Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.

Dengan banyaknya permasalahan yang terungkap, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak”.

Rekaman Wawancara dengan narasumber Agus Suhendra selaku Humas

Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.



Perekaman_Standar
_1.mp3

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?
- 1.2.2 Apakah persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?
- 1.2.3 Apakah produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?
- 1.2.4 Apakah lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?
- 1.2.5 Apakah kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi secara bersama sama atau simultan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak...?
- 1.2.6 Tujuan Penelitian
Tujuan penelitian ini adalah hendak mengukur Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.

1.3 Manfaat Penelitian

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/signifikansi dalam segi teoritis maupun praktis.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi swalayan Garuda Mitra dalam meningkatkan kualitas layanan, persepsi harga, produk, dan lokasi untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan yang tepat bagi Swalayan Garuda mitra dalam meningkatkan kualitas layanan, persepsi harga, produk, dan lokasi bagi kepuasan konsumen Swalayan Garuda Mitra.
- d. Manfaat bagi Swalayan Garuda Mitra adalah sebagai acuan untuk mengambil keputusan dalam strategi pemasaran.

1.4 Batasan Penelitian

- a. Penelitian ini hanya pada Swalayan Garuda Mitra yang berada di kota pontianak.
- b. Penelitian ini hanya pada konsumen yang datang di Swalayan Garuda Mitra kota pontianak.
- c. Penelitian ini hanya pada 1 Swalayan Garuda Mitra yang bergerak dibidang ritel di kota pontianak.
- d. Jumlah responden sebanyak 100 orang
- e. Variabel yang digunakan :
 1. Variabel dipenden (Y) = Kepuasan konsumen
 2. Variabel independen (X) :
 - X1 = Kualitas layanan
 - X2 = Persepsi Harga
 - X3 = Produk
 - X4 = Lokasi

BAB V

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data yang dilakukan terhadap 100 reponden tentang pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak dengan taraf kesalahan 5%, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

5.1.1 Profil Responden

Dari seluruh responden yang terdapat dalam penelitian ini di dominasi oleh prempuan dengan rentang usia 23-28 tahun, dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK Sederajat dan status pekerjaan pelajar/ mahasiswa yang memiliki pengeluaran perbulan Rp 500.000 – Rp 1.000.000.

5.1.2 Hasil Uji t

Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial membuktikan bahwa hanya terdapat satu variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel produk. Sedangkan variabel kualitas layanan, persepsi harga, dan lokasi tidak berpengaruh signifikan namun mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya melibatkan sampel konsumen Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak sejumlah 100 orang, sehingga tingkat keakuratan dari penelitian ini belum maksimal.
2. Hampir 50% jumlah responden merupakan pelajar berusia 23-28 tahun sehingga belum dapat mewakili seluruh latar belakang usia konsumen Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak secara merata.
3. Pengumpulan data dalam penelitian ini seluruhnya menggunakan kuesioner, sehingga data yang dihasilkan masih bersifat subyektif.
4. Dalam penelitian ini hanya membahas mengenai kualitas layanan, persepsi harga, produk dan lokasi. Masih terdapat beberapa variabel seperti promosi, fasilitas, suasana dan lainnya untuk mengetahui lebih dalam mengenai kepuasan konsumen di Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak.

5.3 Saran

1. Bagi Perusahaan (Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak)

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini merupakan beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti :

- a. Dalam penelitian ini variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Garuda Mitra di Kota Pontianak. Dengan demikian untuk meningkatkan kepuasan konsumen, maka perusahaan dapat lebih memperhatikan variasi produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Jumlah responden dalam penelitian selanjutnya sebaiknya lebih diperbanyak dan pemilihan usia responden diharapkan lebih bervariasi dan mencakup segala kalangan sehingga dapat mewakili seluruh latar belakang konsumen pada Swalayan Garuda Mitra Kota Pontianak.
 - b. Dalam pengumpulan data dapat ditambahkan menggunakan metode wawancara dan melibatkan konsumen loyal di Swalayan Garuda Mitra Pontianak.
 - c. Menambah variabel penelitian seperti promosi, fasilitas, suasana dan lainnya sehingga dapat mengetahui apakah dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel selain dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian , P. (2013). *Pemasaran jasa* . Yogyakarta: Andi.
- Alma , B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Atep, A. B. (2013). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : Alex Media.
- Azwar , S. (1986). *Validitas dan Realiabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu , S., & Irawan . (2000). *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2*. Liberty: Yogyakarta.
- Basuki , I. H. (2014). *Asesmen Pembelajaran* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Cannon , P., & McCarthy. (2009). *Pemsaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Buku 2 Edisi 16*. Jakarta : Salemba Empat.
- Cannondkk. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen.
<http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EGMK/article/view/1190>.
- Chandra, M. T. (2011). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KANTOR KECAMATAN BUNGAH GRESIK*, 164.
- Cooper, D., & Schindler, P. (2006). *Business Research Methods*. USA: McGraw-Hill.
- Djaslim , S., & Buchory , A. H. (2013). *Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya.
- Fandy , T. (2012 : 310-311). *Strategi Pemasaran, Ed. 3*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy , T. (2012). *Manajemen Strategi*,. Yogyakarta: Andi.
- Fandy , T. (2012). *Strategi Pemasaran,ed.3*. Yogyakarta : Andi.
- Fandy , T. (2012:146). *Strategi Pemasaran, ed.3* . Yogyakarta : Andi.
- Fandy , T., & Chandra , G. (2011). *Service, Quality and Satisfication* . Yogyakarta : Andi.
- Fandy , T., & Chandra, G. (2011). *Service and Satisfication, ed. 3*. Yogyakarta : Andi.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan . (2014). *Markering dan Kasus-kasus Pilihan* . Yogyakarta .
- Hermayanti, N. W. (2013). Analisis Daya Saing Usahatani Kelapa Sawit di Kecamatan Waway Karya Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 1.
- Husaini , N., & Martini , H. (2004). *Kepemimpinan yang Efektif* . Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kartajaya, H. I. (2004). *Marketing in venus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. d. (2009). 138.
- Kotler , & Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga .
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lijan, P. S. (2014). *metodelogi Penelitian Kuantitatif* . Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lupiyadi, & Hamdani . (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua* . Jakarta : Salemba Empat.
- Moh. , M. R., & Sri , S. I. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwuramongan. *Diponegoro Journal Of Management*, 274-281. Diambil kembali dari <http://ejournal...S1.undip.ac.id/indek.php/djom>
- Mullins , W. B. (2008). *Marketing Management: a Strategic Decesion Making Approach*. New York: McGraw Hill.
- Nana, H. A. (2015). *Mananjemen Strategi Pemasaran*. Bandung : Putaka Setia .
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian* . Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Ilmu ksehatan Masyarakat*. Jakarta : Rineka Cipta .
- Philip, K., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran.Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Rizan, M., Prasetya , R., & Kresnamurti, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Terhadap

Pengguna Laptop Toshiba dan Pengguna Laptop Merek Acer). *Jurnal Manajemen Sains Indonesia (JRM81) Vol 5, No. 1.*

- Saputra, R. D. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN NILAI BAGI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MY KOPI*, 21-33.
- Siregar , S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Bandung: Kencana.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV Alfabate.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Peneltian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabet.
- Swastha. (2000). *PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN*. <https://lib.unnes.ac.id/>, 339.
- Tjiptono , & Chandra . (2011). *Service and Satisfaction* (Edidi 3 ed.).
- Tjiptono , F. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek* . Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono. (2006). *Manajemen Jasa* (Edisi Pertama ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, V. &. (2011). *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia. com)*, 3.