

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang digunakan untuk menarik konsumen dimasa sekarang ini. Hal ini dibutuhkan oleh perusahaan sekarang seperti perusahaan retail, Semua aktivitas yang dilakukan untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen akhir bagi penggunaan pribadi dan bukan untuk bisnis. Dimana untuk menarik pelanggan diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen .Hal ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan retail menjadi sangat ketat karena setiap perusahaan berusaha untuk menjadi yang terdepan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai,yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari sasaran pasar.

Dalam menentukan strategi pemasaran, pihak pemasar perlu mengkaji setiap karakteristik perilaku konsumen, yang diimplementasikan kedalam harapan dan keinginannya. Dengan mengetahui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahui strategi yang tepat untuk digunaka.. Dalam menentukan srategi pemasaran, pihak pemasar perlu menguji setiap karakteristik perilaku konsumen, yang diimplementasikan kedalam harapan dan keinginannya. Dengan mengatehui alasan yang mendasar mengapa konsumen melakukan pembelian, maka dapat diketahu strategi yang tepat untuk digunakan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penjualan adalah kualitas pelayanan karyawan tersebut terhadap kepuasan konsumen .Membahas mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen banyak hal yang menjadi pertimbangan. Antara lainnya ditentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai.

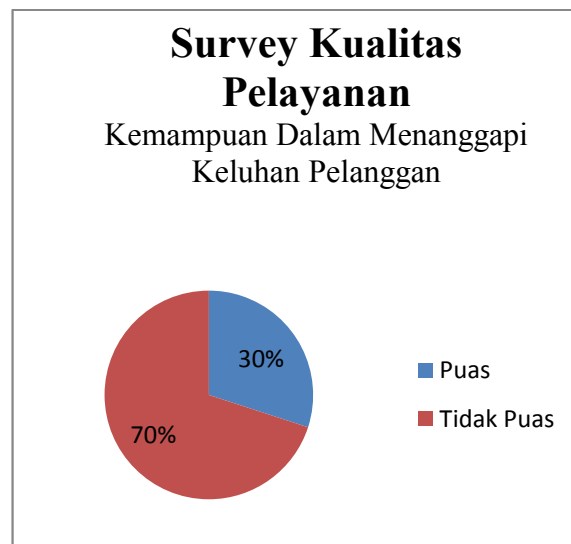
Yang disesuaikan dengan situasi dan lokasi dari sasaran pasar, dan bagaimana cara pelayanannya terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Semakin tinggi kualitas yang diberikan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan. Indomaret adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan, dengan adanya jasa pelayanan maka kualitas dalam pelayanan sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan.

Kualitas pelayanan yang dimaksud disini adalah karyawan harus mampu melayani konsumen dengan semaksimal mungkin agar konsumen dapat merasa nyaman berbelanja ditempat tersebut dan pada waktu berikutnya masih ingin berbelanja kembali. Indomaret di JL. HM.Said Medan merupakan salah satu Indomaret yang didatangi banyak konsumen. Sama dengan Indomaret lainnya, Indomaret Di JL..HM Said Medan mempunyai visi dan misi untuk menjadi Indomaret terbaik diantara Indomaret- Indomaret yang ada di indonesia. Untuk menjadi salah satu Indomaret terbaik, konsumen memiliki peran penting dalam mewujudkan visi dan misi tersebut, dimana konsumen dituntut untuk memiliki prestasi diberbagai bidang.

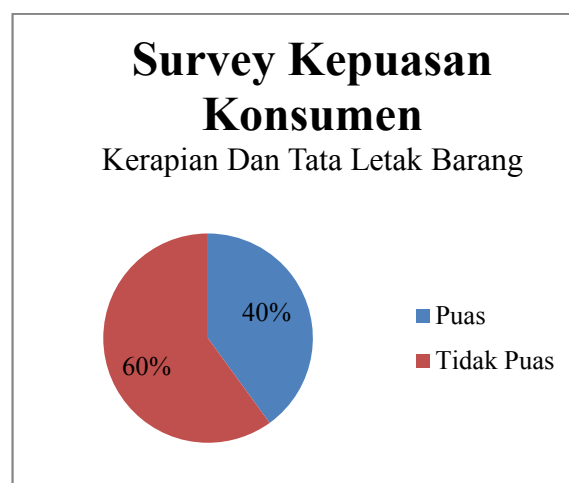
Salah satu hal yang bisa memotivasi konsumen dalam meningkatkan prestasinya adalah ketersediaan informasi yang diperoleh dari Indomaret. Membahas mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen banyak hal yang menjadi pertimbangan. Antara lainnya ditentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai yang disesuaikan dengan situasi dan lokasi dari sasaran pasar, dan bagaimana cara pelayanannya terhadap kepuasan konsumen. Dalam hal ini yang dibahas adalah bagaimana pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Karena kebanyakan konsumen kurang merasa puas dengan pelayanan karyawan yang ada di Indomaret tersebut.

Berdasarkan penyebaran prasurvei yang diperoleh dari 30 orang konsumen di Indomaret JL.HM Said Medan padatanggal 18 Juli 2019, dilakukan prasurvei dengan menyebarkan kuesioner sementara yang terdiri dari indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

Gambar 1.1



Gambar 1.2



Sumber :Diolaholehpenulis 2019

Berdasarkan hasil prasurvei tentang kualitas pelayanan kepada 30 orang konsumen dengan memberikan pernyataan “Kemampuan dalam menanggapi keluhan”. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa 9 orang dari responden memilih puas dan 21 orang menjawab tidak puas. Dapat dilihat kualitas pelayanan di Indomaret JL.HM Said Medan bahwa kemampuan dalam menanggapi keluhan konsumen masih kurang.

Berdasarkan hasil prasurvei kepada 30 orang masyarakat dengan memberikan pernyataan “kerapian tata letak barang”. Hasil prasurvei menunjukkan bahwa 12 orang masyarakat menyatakan bahwa mereka menjawab puas sedangkan menjawab tidak puas 18 orang. Dari prasurvei ini dilihat bahwa lebih banyak merasa tidak puas karena kerapian dan tata letak barang yang ada di Indomaret tersebut.

Selanjutnya faktor yang dapat mempengaruhi penjualan adalah kepuasan pelanggan terhadap sebuah produk, baik barang ataupun jasa. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Seseorang atau kelompok konsumen yang rela untuk mengeluarkan biaya untuk mendapatkan suatu produk barang atau jasa, tentunya mengharapkan umpan balik yang seimbang dengan nilai uang yang telah dikeluarkan. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan itu dapat tercapai apabila nilai atau manfaat yang dirasakan oleh pelanggan tersebut sudah sesuai dengan apa yang diharapkannya. Dengan kata lain, pihak pemasar harus mengaktualisasikan setiap harapan konsumen menjadi suatu kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Dimana hal tersebut merupakan kunci keberhasilan yang menjadikannya berbeda dengan pesaingnya. Karena jika tidak demikian, maka perusahaan akan ditinggalkan oleh pelanggannya. Semakin didasari bahwa pelanggan merupakan aset bagi perusahaan. Dengan pemasaran yang semakin ketat, tanpa memiliki konsumen maka perusahaan dengan mudah mengalami resiko kemunduran dalam bisnisnya. Bahkan lebih ekstrim lagi perusahaan akan kerugian yang cukup besar dan

ditinggalkan pelanggan. Fenomena dalam penelitian melakukan prasurvei pada tanggal 18 Juli 2019 terhadap 30 konsumen. Adapun hasil prasurvei dari Kepuasan Konsumen di Indomaret JL. HM Said Medan sebagai berikut:

Dengan adanya berbagai masalah yang terjadi, kepuasan konsumen terhadap pelayanan konsumen tergolong rendah disebabkan oleh kualitas pelayanan yang diberikan pegawai tidak sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan konsumen, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Jl. HM Said Medan** “

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diambil rumusan masalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan karyawan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret JL HM Said Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret JL HM Said Medan?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan dan pemahaman mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebagai pemenuhan tugas akhir untuk memperoleh Gelar Sarjana Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas HKBP Nommensen.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berekepentingan dalam organisasi. Dan jadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan organisasi yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap pelanggan.

3. Bagi Universitas HKBP Nommensen

Sebagai literatur tambahan di perpustakaan untuk bidang peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian dapat menjadi masukan atau tambahan referensi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dibidang yang sejenis dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kualitas pelayanan

Definisi kualitas layanan berasal dari perbandingan antara harapan pengguna layanan yang hendaknya mereka terima dengan layanan yang benar-benar telah mereka peroleh. Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh Parasuraman Istianto (2011:123) ” **Menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima**”. Dengan demikian terdapat dua unsur utama dalam kualitas pelayanan yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dengan layanan yang diterima (*perceived service*). Menurut Dharmayasa (2015) “**Kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku ditempat produk atau jasa itu diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diharapkan**”.

Menurut Wyckof dan Lovelock (2013:19) menyatakan bahwa “**Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan**”. Menurut Kashmir (2015) “**Kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan organisasi atau perorangan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan**”.

Berdasarkan beberapa defenisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah secara maksimal dengan segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh penyedia atau pemberi pelayanan secara maksimal dengan segala keunggulan dalam memenuhi segala kebutuhan dan harapan pelanggan.

Kualitas tergantung pada setiap orang yang menilainya. Penyedia jasa layanan harus bisa berupa untuk memberikan pelayanan yang berkualitas untuk meningkatkan penerima layanan maupun menjaga citra organisasi atau instansi pemberi layanan.

Pelayanan mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia. Secara sederhana, pelayanan berarti melakukan sesuatu untuk orang lain. Pelayanan dapat kita peroleh setiap harinya di berbagai tempat atau instansi. Pelayanan bukan hanya pada organisasi bisnis, tetapi telah berkembang lebih luas pada tatanan organisasi pemerintah.

2.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2012 : 174) mengemukakan 5 dimensi utama yang harus diperhatikan dan disusun sesuai kepentingan relatifnya yang kemudian diangkat menjadi indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini yaitu :

1. Keandalan (*reability*)

Keandalan merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan secara segera, sesuai harapan dan dapat memberikan kepuasan, para karyawan harus memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Atributnya adalah memberikan pelayanan sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang telah desepakati.

2. Daya Tanggap (*responsiveness*),

Daya tanggap merupakan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa. Daya tanggap meliputi kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada pelanggan, keinginan dan kemampuan untuk menanggapi pelanggan

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan memberikan timbal balik dengan menciptakan keamanan dan kenyamanan bagi pelanggan. Jaminan mencakup keterampilan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.

4. Empati (*emphaty*)

Empati merupakan perhatian dari perusahaan dalam melayani pelanggan dengan baik. Hal ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan perusahaan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

5. Bukti langsung (*tangible*)

Bukti langsung merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukk eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan saran dan prasarana fisik yang dimiliki, keadaan lingkungan sekitar adalah bukti dari pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan perusahaan, dan penampilan karyawan.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap konsumen hal ini, Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa latin “satis” artinya cukup baik, memadai dan *facio*, melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau membuat sesuatu memadai. Menurut Supranto (2011:233) menyatakan bahwa “**Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya**”.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Di samping itu, kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan.

Menurut Kotler (2012:359). **”Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal dibandingkan mempertahankan pelanggan saat juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan”**. Menurut Supranto (2011:233) menyatakan **“Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya”**.

Menurut Juran (2018:197) menyatakan bahwa **“Kepuasan adalah keadaan yang dicapai seseorang bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan”**. Menurut Kotler (2018:197) menyatakan bahwa **Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan**.

Menurut Priansa (2018) menyatakan bahwa **“Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata diterima). Apabila harapan tinggi sementara hasilnya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan Sebaliknya ,apabila hasil melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat”**. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen, para pemberi layanan harus tetap memonitor kemampuannya untuk memenuhi kepuasan konsumen yang semakin tinggi.

Pengertian diatas mengarah kepada pelanggan sebagai pengguna atau penerima layanan. Pada lingkup perusahaan salah satu penerima layanan utama adalah konsumen. Konsumen adalah mereka yang berbelanja di perusahaan tersebut. Menurut Sopiati (dalam Alfiani, 2016:32) **“Kepuasan konsumen adalah sikap positif konsumen terhadap pelayanan lembaga perusahaan karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterima”**.

Menurut Sarjono (2016:32) menyatakan bahwa **“Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan konsumen tentang pelayanan karyawan, kompetensi perusahaan yang mendukung oleh sarana prasarana dan kepemimpinan dengan apa yang konsumen rasakan setelah mendapatkan pelayanan”**. Kepuasan konsumen merupakan suatu sikap positif konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan karena adanya kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima. Definisi-definisi diatas mengarah pada satu pengertian bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau sikap konsumen terhadap segala unsur pelayanan di perusahaan tersebut yang diterima karena sesuai dengan yang diharapkan.

2.2.2 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012: 37) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan oleh pesaing, ada beberapa indikator kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

1. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk
Yaitu sesuai atau tidak nya suatu produk dan harapan yang diinginkan oleh pelanggan

2. Minat melakukan pembelian kembali
Merupakan kesediaan pelanggan untuk membeli kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk.
3. Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil
1	Muliana, Muhlis (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen indomaret kota bukit purwakarta	Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud dan juga dapat diketahui bahwa variabel perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

2	Tri Cahyo Saputro (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada alfamart pabean	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan membuktikan adanya pengaruh secara bersama-sama yaitu variable bukti fisik.
3	Luhur susanto (2014)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada mini market wahid hasyim.	Berdasarkan jenis yang diteliti, teknik dan alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan analisis data kuantitatif.

Sumber : Data dioalah penulis (2019)

2.3 Kerangka Berpikir

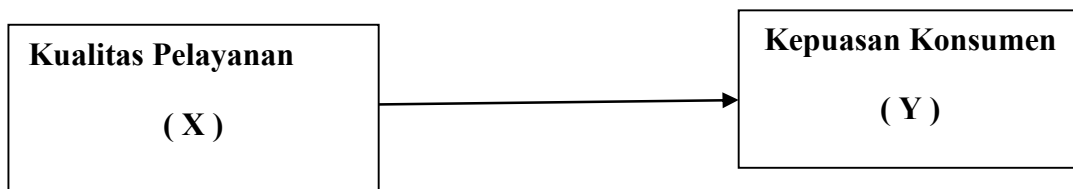
Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar yang penting dan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan.

Kepuasan Pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas dari perusahaan itu sendiri.

Jika kualitas pelayanan suatu perusahaan baik maka akan membawa dampak positif bagi perusahaan maupun konsumen. Dampak positif bagi perusahaan adalah dapat menarik konsumen untuk sering membeli atau berbelanja ditempat tersebut secara berulang kali. Dengan itu, maka akan meningkatkan tingkat penjualan yang dapat meningkatkan untung bagi perusahaan. Dampak positifnya bagi konsumen adalah konsumen merasa puas dan merasa nyaman berbelanja ditempat tersebut.

Kerangka berfikir merupakan suatu gambaran umum tentang orientasi penelitian yang digambarkan untuk mengetahui secara akurat mengenai arah penelitian yang dimaksud. Kualitas layanan merupakan segala bentuk pelayanan yang dilakukan oleh pemberi layanan secara maksimal untuk memenuhi segala kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam dunia bisnis, konsumen merupakan pelanggan utama yang harus mendapatkan kualitas layanan yang baik. Kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Apabila layanan yang diberikan dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila layanan sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila layanan yang diberikan melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Berikut adalah gambaran kerangka berfikir dari penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah penulis (2019)

2.4 Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya dengan penelitian. Berdasarkan kerangka teori dan kerangka berfikir diatas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan adalah: “Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada JL.HM Said Medan”.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif, maksudnya adalah penelitian yang bertujuan kepada pengungkapan atau menggambarkan suatu keadaan, masalah, peristiwa sebagai mana adanya secara sistematis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang ilmiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam mengumpulkan data, misalnya mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya atau perlakuan tidak seperti dalam eksperimen (Sugiono,2016:11). Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret 2019 sampai dengan selesai di Indomaret JL HM Said Medan

3.3.1 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Kuncoro mengemukakan :”**populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian**”. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berbelanja di Indomaret JL.HM Said Medan. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terbatas karena jumlah populasinya yang pernah berbelanja di Indomaret JL. HM Said Medan

3.3.2 Sampel

Penentuan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengacu pada pernyataan Hair et al (2016:46) **bahwa banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pernyataan yang digunakan pada kuesioner, dengan asumsi $n \times 5$ indikator sampai dengan $n \times 10$ indikator.** Dalam penelitian ini memiliki 8 item pernyataan, sehingga jumlah responden yang digunakan adalah 5×8 indikator yaitu 40 responden.

3.3.3 Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian adalah salah satu desain sampel non probabilitas yaitu *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Karakteristik anggota sampel yang dimaksud adalah konsumen yang pernah berbelanja ke Indomaret Jl.HM Said Medan.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer diperoleh dengan melakukan survei secara langsung pada Indomaret JL. HM Said Medan agar data yang diperoleh lebih akurat. Ada pun cara yang dilakukan untuk memperoleh data primer meliputi:

a) Observasi data dari pengamatan langsung dengan mengadakan Tanya jawab kepada salah satu konsumen di Indomaret JL HM Said Medan

b) Kuesioner

Kuesioner atau angket yang berisi daftar pertanyaan dan kemudian menyebarkan kepada seluruh responden secara langsung sehingga hasil pengisiannya lebih jelas. Daftar pertanyaan yang diberikan berupa gambaran umum yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Jl HM Said Medan.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai data atau dokumen yang digunakan sebagai pendukung yang berhubungan dengan penelitian dapat diperoleh dari, buku-buku yang

berhubungan dengan variabel penelitian, jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel atau topik masalah yang diteliti.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang dikemukakan oleh Likert. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor dengan ketentuan sebagai berikut.

Tabel 3.1
InstrumenSkalaLikert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono(2019)

3.6 Identifikasi dan Defenisi Operasi Variabel

Defenisi operasional variable penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

Table 3.2

Defenisi operasional variable penelitian

Defenisi operasional	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku ditempat produk atau jasa itu diadakan dan penyampaiannya setidaknya samadengan yang diharapkan (Menurut Sugioarto dalam Dharmayasa,2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan(<i>reability</i>) 2. Daya Tanggap(<i>responsiveness</i>) 3. Jaminan(<i>assurance</i>) 4. Empati(<i>emphaty</i>) 5. Buktifisik(<i>tangibles</i>) (Menurut Parasuraman, Zeithami, dan Berry dalam Tjiptono2012 : 174-175).	SkalaLikert
Kepuasan Pelanggan (Y) Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Menurut Kotler & Keller(2012,359).	<ol style="list-style-type: none"> 1. kepuasan yang diterima konsumen atas pelayanan yang diberikan. 2. Kemudahan konsumen berinteraksi dengan tenaga pelayanan dalam menyampaikan keluhan atau masalah yang di alami 3. Keramahan tenaga kerja terhadap konsumen saat memberikan pelayanan 4. Waktu untuk menyelesaikan keluhan dan permasalahan konsumen selalu tepat waktu Kelengkapan dan kemudahan	SkalaLikert

	system informasi cukup bagus (JurnalYuniarti, 2014:56)	
--	---	--

Sumber: Sugiyono(2019)

3.7 Metode Analisis Deskriptif

3.7.1 Analisis Deskriptif

Metode Analisis deskriptif merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan mengelompokkannya untuk analisis, sehingga dapat memeberikan gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dan sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah data yang telah didapat dari penelitian dengan cara kuesioner merupakan data yang valid atau tidak. Dalam penelitian digunakan kriteria pengujian dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05, maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner penelitian dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05, maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuisisioner penelitian dinyatakan tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Apakah alat ukur yang digunakan tetap konsisten jika dilakukan pengukuran ulang. Pengukuran dilakukan dengan *SPSS for Windows* dengan uji statistic *Cronbach alpha* dengan kriteria :

- Jika $r_{alpha} > 0,60$ maka dinyatakan reliabel.
- Jika $r_{alpha} < 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Uji normalitas akan dideteksi melalui analisa grafis yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Dasar pengambilan keputusan yaitu :

- Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varians diantara yang lainnya. Model regresi yang baik adalah homokedasitas atau dengan kata lain tidak terjadi heterokedasitas. Alat analisisnya adalah pancar *scatter plot*

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (KepuasanKonsumen) adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = KepuasanKonsumen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Kualitas Pelayanan

e = StandarKesalahan (*error*)

3.10.2 Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Indomaret Jl.HM Said.

Rumusan Hipotesis :

$H_0 : b = 0$ artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (Kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen).

$H_1 : b \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas (Kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan konsumen)

Kriteria pengambilan Keputusan :

H_0 diterima jika taraf signifikan $> \alpha = 5\%$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$.

H_1 diterima jika taraf signifikan $< \alpha = 5\%$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$.

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui kadar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai koefisien mendekati 1 berarti variabel bebas berpengaruh besar terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai koefisien mendekati nol berarti variabel bebas berpengaruh kecil terhadap variabel terikat