



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
ALFAMIDI CIPAYUNG JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI  
Rizal Apriansyah  
1402015150

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2018**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI  
CIPAYUNG JAKARTA TIMUR**

SKRIPSI

Rizal Apriansyah

1402015150

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2018

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI CIPAYUNG JAKARTA TIMUR”** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan, serta keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA atau skripsi pada perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammdiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 28 Agustus 2018  
Yang Menyatakan,



Rizal Apriansyah  
1402015150

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI CIPAYUNG JAKARTA TIMUR**


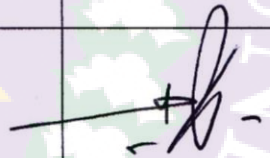
NAMA : **RIZAL APRIANSYAH**

NIM : **1402015150**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

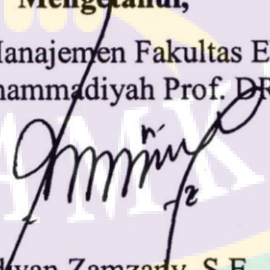
TAHUN AKADEMIK : **2018**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si	
Pembimbing II	Drs. Bambang Sumaryanto, M.M	

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzary, S.E., M.M

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

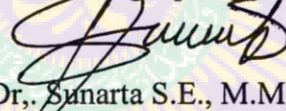
### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI CIPAYUNG JAKARTA TIMUR**

yang disusun oleh:  
Rizal Apriansyah  
1402015150


telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu  
(S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Pada tanggal : 27 Agustus 2018

#### **Tim Penguji:**

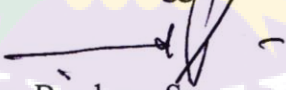
Ketua, merangkap anggota :

  
(Dr., Sunarta S.E., M.M)

Sekretaris, merangkap anggota :

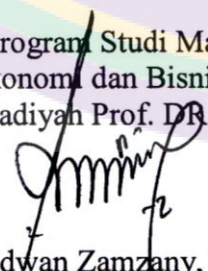
  
(Tupi Setyowati, S.E., M.M)

Anggota:


  
(Drs. Bambang Sumaryanto, M.M)

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.  
HAMKA

  
Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**


Sebagai mahasiswa akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA,  
saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizal Apriansyah  
NIM : 1402015150  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI CIPAYUNG JAKARTA TIMUR”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 28 Agustus 2018  
Yang Menyatakan,



(Rizal Apriansyah)

## ABSTRAKSI

Rizal Apriansyah (1402015150)

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI CIPAYUNG JAKARTA TIMUR**

*Skripsi, Program Strata Satu Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2018. Jakarta*

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Alfamidi Cipayung Jakarta Timur

Alfamidi telah menjadi salah satu potensi ekonomi yang berkembang cepat. Karenanya diperlukan riset untuk menganalisis faktor penentu kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen Alfamidi Cipayung Jakarta Timur.

Penelitian ini menggunakan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Soto Betawi H. Mamat sebanyak 150 orang. Teknik pemilihan sampel menggunakan *slovin* diperoleh berjumlah 109 orang responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala *likert*. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi parsial, analisis koefisien korelasi berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Secara parsial variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen di Alfamidi Cipayung Jakarta Timur. Hasil penelitian ini bahwa kenaikan Kualitas Pelayanan berdasarkan dari indikator memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen, karena Pelayanan di Alfamidi yang cukup baik, memiliki lokasi yang sangat strategis Alfamidi Cipayung menjadi salah satu tempat berbelanja yang mudah dikunjungi dan memiliki pelayanan yang baik, selain itu tempat berbelanja di Alfamidi Cipayung sangat nyaman sehingga membuat para pengunjung betah dalam berbelanja di Alfamidi Cipayung. Alfamidi Cipayung memiliki produk yang bervariasi. Secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen Alfamidi Cipayung. Hal tersebut menunjukkan bahwa Alfamidi Cipayung memiliki Kualitas Produk yang baik sehingga pengunjung merasa puas setelah membeli produk di Alfamidi Cipayung dan juga Alfamidi Cipayung memiliki banyak varian produk yang mana pengunjung dapat memilih produk yang ia sukai sesuai dengan keinginannya, produk yang alfamidi memiliki ketahanan yang cukup baik, Alfamidi juga memiliki produk Fresh dimana itu berisi buah-buahan dan sayur-sayuran.

## **ABSTRACT**

**Rizal Apriansyah (1402015150)**

### ***THE QUALITY DEVELOPMENT OF PRODUCT ALFAMIDI SERVICE AND QUALITY TOWARDS ALFAMIDI CIPAYUNG CUSTOMER SATISFACTION IN TIMUR JAKARTA***

*Thesis, Strata One Program Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2018. Jakarta*

***Keywords: Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction, Alfamidi Cipayung, East Jakarta***

*Alfamidi has become one of the potential of a fast-growing economy. Therefore research is needed to analyze the determinants of consumer satisfaction. This study aims to determine the quality of service and product quality on consumer satisfaction Alfamidi Cipayung, East Jakarta.*

*This study uses a survey method. The population in this study is Alfamidi Cipayung consumers as many as 150 people. The sample selection technique using Slovin was obtained directly by 109 respondents. Data collection techniques are carried out through questionnaires using a Likert scale. Data processing and analysis techniques are descriptive, multiple linear regression analysis, classical analysis, coefficient analysis, hypothesis analysis and analysis.*

*The results of the study showed that simultaneously the Service and Product Quality variables had an effect on consumer satisfaction. Partially, Service Quality and significant variables on consumer satisfaction in Alfamidi Cipayung, East Jakarta. The results of this research are that a good level of service from indicators has an influence on consumer satisfaction, because the service in Alfamidi is quite good, has a very strategic location Alfamidi Cipayung is one of the fastest places and good service, besides Alfamidi Cipayung is very comfortable when make visitors feel at home in the problem at Alfamidi Cipayung. Alfamidi Cipayung has a variety of products. Real partial variable Product Quality Consumer satisfaction Alfamidi Cipayung. This shows that Alfamidi Cipayung has good product quality. Alfamidi Cipayung has a variety of products where visitors can choose the product they like according to their wishes, the alfamidi product has a fairly good resistance, Alfamidi also has Fresh where it contains fruits and vegetables.*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK ALFAMIDI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ALFAMIDI CIPAYUNG JAKARTA TIMUR”** dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Jakarta.

Selesai skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan semangat dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena atas segala rahmat dan izinnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Suyatno M.Pd, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Faisal Ridwan Zamzany, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si selaku Dosen pembimbing I yang telah membimbing dan mengajarkan selama pembuatan skripsi dari bab I sampai bab V.

5. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, M.M selaku Dosen pembimbing yang telah membimbing selama pembuatan proposal skripsi dari bab I sampai bab III dan juga sebagai Dosen pembimbing II skripsi.
6. Ayahanda Gatot Muji Daryono dan Ibunda Astuti, yang tak hentinya memberikan doa, cinta dan dukungan sepenuh hati serta selalu memberikan cahaya inspirasi dalam melewati setiap langkah kehidupan penulis.
7. Adik tercinta Andrian yang telah memberikan semangat sepenuh hati kepada penulis.
8. Keluarga besar HJ Antinah yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
9. Seluruh staf Alfamidi Cipayung yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian.
10. Sahabat Bule, Rusdi, Adi, Nopal, Mak iis, Cahyani, Sendy, Juif, Buluk, Rahman, Najib, Alip, Adrian, yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
11. Dian yang telah membimbing saya dalam proses pengolahan data primer menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* dan *SPSS*.
12. Sahabat Manajemen 2014 Limau dan Pasar Rebo yang telah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
13. Semua pihak yang terikat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh peneliti. Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Jakarta, .... Agustus 2018

Rizal Apriansyah

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI/INTISARI</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Permasalahan .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	7
1.2.3 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Telaah Pustaka .....	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.1.1 Pengertian marketing 4.0 .....	16
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	17
2.2.3 Kualitas Pelayanan .....	18
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	18

2.2.3.2 <i>Dimensi Kualitas Pelayanan</i> .....	20
2.2.4 <i>Kualitas Pelayanan</i> .....	22
2.2.4.1 <i>Pengertian Kualitas Produk</i> .....	22
2.2.4.2 <i>Tingkatan Produk</i> .....	23
2.2.4.3 <i>Atribut Produk</i> .....	23
2.2.4.4 <i>Dimensi Kualitas Produk</i> .....	24
2.2.3 <i>Kepuasan Konsumen</i> .....	25
2.2.5.1 <i>Pengertian Kepuasan Konsumen</i> .....	25
2.2.5.2 <i>Faktor Kepuasan Konsumen</i> .....	26
2.2.5.3 <i>Model Kepuasan Konsumen</i> .....	27
2.2.5.4 <i>Pengukuran Kepuasan Konsumen</i> .....	28
2.2.5.5 <i>Dimensi Kepuasan Konsumen</i> .....	30
2.3 <i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i> .....	31
2.3.1 <i>Hubungan Antar Variabel</i> .....	31
2.3.2 <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen</i> .....	32
2.3.3 <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap     Kepuasan Konsumen</i> .....	33
2.4 <i>Rumusan Hipotesis</i> .....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 <i>Metode Penelitian</i> .....	36
3.2 <i>Operasionalisasi Variabel</i> .....	36
3.3 <i>Populasi dan Sampel</i> .....	40
3.3.1 <i>Populasi</i> .....	40
3.3.2 <i>Sampel</i> .....	40
3.4 <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	42
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	42
3.4.2 <i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	42
3.4.3 <i>Uji Kualiditas Instrumen</i> .....	43
3.4.3.1 <i>Uji Validitas</i> .....	43
3.4.3.2 <i>Uji Realibilitas</i> .....	44
3.5 <i>Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data</i> .....	45

3.5.1 Teknik Pengolahan Data .....	45
3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	45
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.4 Analisis Korelasi Regresi Linier Berganda .....	50
3.5.4.1 Model Regresi Linier Berganda .....	50
3.5.4.2 Analisis Koefisien Korelasi .....	51
3.5.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
3.5.4.4 Uji Serentak (Uji Statistik F) .....	54
3.5.4.5 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)...	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.1.1 Lokasi penelitian .....	56
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	51
4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan.....	58
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	58
4.2.1 Identitas Responden.....	58
4.2.2 Analisis Per Variabel .....	62
4.2.2.1 Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	62
4.2.2.2 Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	70
4.2.2.3 Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) .....	78
4.3 Uji Validitas Data .....	86
4.3.1 Uji Validitas Kuesioner .....	86
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	88
4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	89
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	90
4.3.4.1 Model Regresi Linier Berganda .....	90
4.3.4.2 Uji Asumsi Klasik .....	92
4.3.4.2.1 Uji Normalitas .....	92
4.3.4.2.2 Uji Multikolinieritas .....	94
4.3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	95
4.3.4.2.4 Uji Autokorelasi .....	96

4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	97
4.3.6 Analisis Koefisien Korelasi.....	98
4.3.6.1 Koefisien Korelasi Parsial.....	99
4.3.6.2 Koefisien Korelasi Berganda.....	100
4.3.7 Uji Hipotesis .....	101
4.3.7.1 Uji Statistik <i>t</i> .....	101
4.3.6.2 Uji Statistik <i>F</i> .....	103
4.4 Interpretasi .....	104
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.4 Kesimpulan.....	106
5.5 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	110
<b>LAMPIRAN SKRIPSI</b> .....	xx
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	xxi

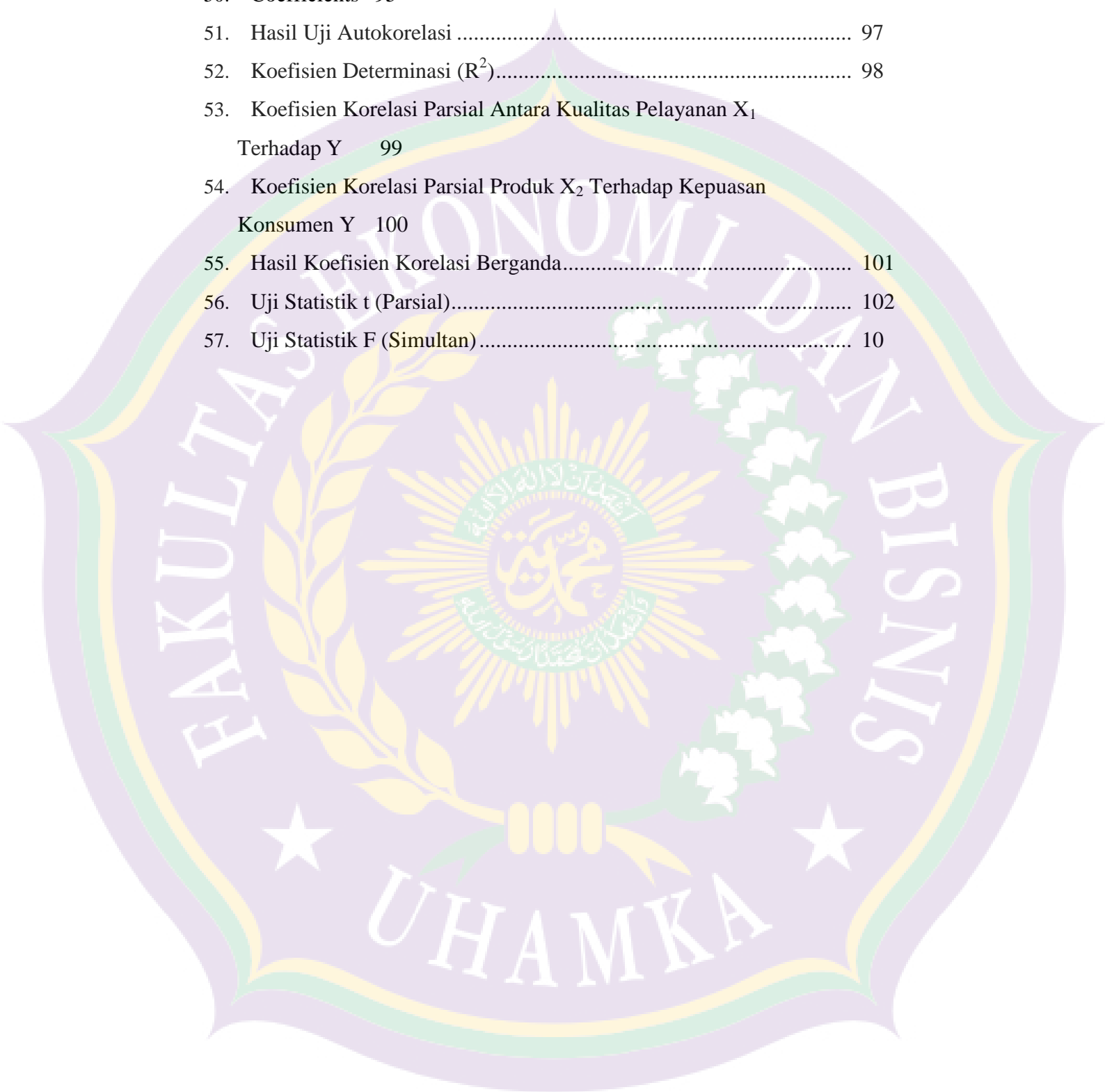
## DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	12
2.	Operasional Variabel .....	37
3.	Bobot Nilai Penggunaan Skala <i>Likert</i> .....	43
4.	Kriteria <i>Presentase</i> Tanggapan Responden .....	37
5.	Interval Koefisien Tingkat Hubungan Linier.....	52
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	59
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	61
10.	Penampilan Petugas Alfamidi Cipayung Rapih Dan Sopan.....	62
11.	Alfamidi Cipayung Tempat Yang Nyaman .....	63
12.	Petugas Cermat Dalam Melayani.....	64
13.	Alfamidi Cipayung Memiliki Standar Kualitas Pelayanan.....	64
14.	Petugas Alfamidi Merespon Setiap Pelanggan .....	65
15.	Petugas Sigap Dan Cepat Dalam Merespon Konsumen .....	66
16.	Petugas Alfamidi Memberikan Jaminan Kualitas Pelayanan .....	66
17.	Konsumen Percaya Akan Berbelanja Di Alfamidi Cipayung.....	67
18.	Petugas Alfamidi Selalu Mendahulukan Kepentingan Konsumen....	68
19.	Petugas Alfamidi Selalu Pengertian Kepada Pelanggan.....	68
20.	Indikator Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	69
21.	Produk Yang Ada Di Alfamidi Memiliki Kualitas Yang Baik.....	70
22.	Produk Yang Ada Di Alfamidi Memiliki Mutu Yang Terjamin .....	71
23.	Produk Di Alfamidi Memiliki Daya Tahan Yang Baik .....	71
24.	Kualitas Kemasan Produk Yang Ada Di Alfamidi Cipayung Baik ...	72
25.	Bentuk Fisik Produk Yang Ada Di Alfamidi Sesuai Dengan Iklan...	73
26.	Manfaat Produk Yang Ada Di Alfamidi Cipayung Sesuai Iklan.....	73
27.	Produk Yang Ada Di Alfamidi Memiliki Manfaat Yang Sesuai .....	74
28.	Spesifikasi Produk Yang Ada Di Alfamidi Sesuai Kemasan .....	75



29. Produk Yang Ada Di Alfamidi Memiliki Produk Tidak Cocok Untuk Di Iklan Kan .....	76
30. Produk Yang Ada Di Alfamidi Memiliki Kemungkinan Terdapat Produk Yang Cacat.....	76
31. Kualitas Produk Variabel ( $X_2$ ) .....	77
32. Konsumen Setia Terhadap Produk Yang Ada Di Alfamidi Cipayung.	78
33. Konsumen Selalu Membeli Produk Di Alfamidi Secara Berulang-Ulang .....	79
34. Konsumen Melakukan Pembelian Ulang Berdasarkan Pengalaman Membeli Produk.....	80
35. Konsumen Selalu Teliti Sebelum Membeli Produk Di Alfamidi Cipayung	80
36. Konsumen Melakukan Pembelian Produk Alfamidi Berdasarkan Saran Dari Kerabat Terdekat.....	81
37. Percaya Membeli Produk Di Alfamidi Cipayung Berdasarkan Rekomendasi Teman .....	82
38. Konsumen Bersedia Membeli Dengan Harga Tinggi Jika Kualitas Barang Tersebut Lebih Unggul .....	82
39. Konsumen Bersedia Membayar Lebih Jika Produk Yang Di Tawarkan Lebih Unggul Dibandingkan Dengan Merk Lain .....	83
40. Konsumen Selalu Memberi Saran Kepada Alfamidi Cipayung .....	84
41. Memberikan Respon Positif Kepada Karyawan Sesudah Belanja Di Alfamidi Cipayung .....	84
42. Indikator Kepuasan Konsumen (Variabel Y) .....	85
43. Uji Validitas Variabel $X_1$ (Kualitas Pelayanan).....	87
44. Uji Validitas Variabel $X_2$ (Kualitas Produk) .....	87
45. Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen).....	88
46. Hasil Uji Reabilitas .....	89
47. Descriptive Statistics .....	90
48. Regresi Linier Berganda .....	91
49. One Sample Kolmogrov- Smirnov Test .....	93

50. Coefficients	95
51. Hasil Uji Autokorelasi .....	97
52. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	98
53. Koefisien Korelasi Parsial Antara Kualitas Pelayanan $X_1$ Terhadap Y	99
54. Koefisien Korelasi Parsial Produk $X_2$ Terhadap Kepuasan Konsumen Y	100
55. Hasil Koefisien Korelasi Berganda.....	101
56. Uji Statistik t (Parsial).....	102
57. Uji Statistik F (Simultan).....	10



## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	<i>Customer Path: From Individual</i> .....	17
2.	Customer Path: From Individual To Social .....	17
3.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
4.	Normal P-P Plot Regression Standarized Residual .....	94
5.	Scatterplot	96

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	1/33
2.	Hasil Tabulasi Data Kuesioner 2018: Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )....	5/33
3.	Hasil Tabulasi Data Kuesioner 2018: Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	8/33
4.	Hasil Tabulasi Data Kuesioner 2018: Kepuasan Konsumen (Y)..	11/33
5.	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	15/33
6.	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_2$ ) .....	16/33
7.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) .....	18/33
8.	Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan (Output SPSS 20.0).....	19/33
9.	Hasil Uji Reabilitas Kualitas Produk (Output SPSS 20.0).....	20/33
10.	Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Konsumen (Output SPSS 20.0) ...	20/33
11.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif (Output SPSS 20.0) .....	21/33
12.	Hasil Uji Asumsi Klasik (Output SPSS 20.0).....	21/33
13.	Hasil Uji Normalitas (Output SPSS 20.0).....	21/33
14.	Hasil Uji Multikolinieritas (Output SPSS 20.0).....	22/33
15.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	22/33
16.	Hasil Uji Autokorelasi.....	22/33
17.	Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda .....	23/33
18.	Uji Koefisien Determinasi.....	24/33
19.	Hasil Uji F (Simultan).....	24/33
20.	Hasil Uji t (Parsial).....	24/33
21.	Tabel Uji r .....	25/33
22.	Tabel Uji t .....	25/33
23.	Tabel Uji t .....	25/33
24.	Tabel Uji F .....	26/33
25.	Tabel Durbin Watson .....	27/33
26.	Formulir Pengajuan Judul Skripsi .....	28/33
27.	Formulir Pengajuan Judul Proposal Skripsi .....	29/33

28.	Surat Tugas.....	30/33
29.	Catatan Konsultasi Pembimbing I.....	31/33
30.	Catatan Konsultasi Pembimbing II .....	32/33
31.	Daftar Riwayat Hidup .....	33/33



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada zaman globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Adapun perubahan yang terjadi ditandai dengan pola pikir masyarakat yang berkembang, kemajuan teknologi, dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangnya dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh dari perkembangan zaman yaitu banyak sekali bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk dan jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tetapi bagi produsen, hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk barang dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk mengatasi hal tersebut maka perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang kuat dalam memasarkan produk barang dan jasanya sehingga dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Semakin berkembangnya masyarakat modern seringkali dikaitkan dengan mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk dan mengakibatkan semakin banyak para pekerja pria maupun wanita yang menghabiskan waktu di luar rumah. Yang mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah, banyak wanita karir yang menghabiskan waktu diluar rumah, sehingga kesulitan dalam menjalankan aktivitas sebagai ibu rumah tangga termasuk menyediakan makanan bagi keluarga karena begitu banyak waktu yang dilakukan diluar rumah. Oleh sebab itu para pekerja lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan makannya di luar rumah. Karena dengan memilih membeli makanan di luar rumah mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan. Tjiptono memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dari uraian definisi di atas dapat diketahui bahwa produk bukan hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti makanan, pakaian, buku dan sebagainya, akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud (*intangibile*) seperti pelayanan jasa. Konsumen bukan hanya membeli produk itu sendiri, tetapi pada inti yang sebenarnya konsumen membeli manfaat (*benefit*) dari produk yang bersangkutan. Jadi perusahaan yang bijak akan menjual manfaat produk sekaligus produk itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah

melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Saya mengambil contoh kualitas produk yang ada di Alfamidi Cipayung menurut survey yang saya kerjakan kualitas produk Alfamidi bervariasi ada yang kualitasnya sesuai standard dan termasuk bagus dan ada pula kualitas yang tidak memenuhi standar kriteria produk diantaranya produk tersebut sudah kadaluarsa atau pun produk itu memiliki kualitas pembuatan yang tidak sesuai standar. Perusahaan tersebut tidak memikirkan kualitas yang paling utama ia pikirkan adalah bagaimana perusahaan tersebut membuat suatu produk dengan budget minim dan dapat laku di pasar tanpa memikirkan kualitas produk tersebut.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Saya juga mengambil contoh kualitas pelayanan yang ada di Alfamidi Cipayung, disana menurut pendapat saya kurang ramahnya pelayanan yang ada di alfamidi cipayung, seharusnya alfamidi mengajarkan karyawannya agar bersikap ramah terhadap pelanggan karna pelanggan ada raja.

Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik mampu bersaing (*kompetitif*), tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan



konsumen. Menurut Morgan dan Hunt dalam jasar mendefinisikan kepercayaan adalah rasa percaya, kepada mitra dimana seseorang berhubungan. Kepercayaan timbul dari suatu produk yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan maka usaha untuk membinanya tentu lebih mudah. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut.

Semakin terpenuhi harapan-harapan dari pelanggan tentu pelanggan akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar pelanggan dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Jika pelanggan merasa puas, maka ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan. Perusahaan juga melakukan strategi-strategi untuk membentuk kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan dari

pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun usaha untuk memuaskan pelanggan sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, harga, tempat dan promosi akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan di Alfamidi Cipayung menurut pendapat saya setelah saya survey ke lokasi dan menanyakan satu persatu pelanggan, reaksi mereka bervariasi ada yang puas dengan pelayanan dan produk di alfamidi dan ada juga yang menyatakan tidak puas terhadap pelayanan dan keramahan yang ada di alfamidi cipayung

Alfamidi Cipayung merupakan salah satu toko swalayan yang mampu menarik perhatian konsumen. Alfamidi Cipayung merupakan tempat berbelanja terbesar yang ada di Cipayung

Kualitas produk dan pelayanan adalah senjata Alfamidi Cipayung untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan di tengah ketatnya persaingan. Kualitas yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang berbelanja toko yang bersangkutan melainkan berdampak juga bagi calon

pelanggan. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Kualitas produk yang kurang baik dan pelayanan yang kurang ramah berdampak pada kepuasan pelanggan yang ada.

Alfamidi Cipayung Jakarta Timur sangat menjaga kualitas produk, karena bagi Alfamidi Cipayung memberikan produk yang berkualitas itu merupakan sebagian dari cara memberikan kepuasan pelanggan. Bahan baku yang di gunakan Alfamidi Cipayung adalah bahan-bahan yang berkualitas, sayur dan cabai yang segar, serta menjual rempah-rempah khas Indonesia untuk menambah kelezatan.

Ciri khusus Alfamidi Cipayung adalah dari segi pelayanannya, Lokasinya sangat strategis yaitu berada di pinggir jalan di samping Pom Bensin Cipayung dan Parkiran untuk kendaraannya juga sangat luas, berbeda dengan toko-toko lainnya, dan juga alfamidi cipayung sangat mementingkan kualitas pelayanan, baginya pembeli adalah raja. Hal tersebut dilakukan oleh Alfamidi Cipayung untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Dengan cara tersebut pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan Alfamidi Cipayung dan akan melakukan pembelian ulang, pembelian ulang secara terus menerus akan menimbulkan loyalitas konsumen. Menyadari peran penting pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari cara yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, Hal ini juga disadari oleh Alfamidi Cipayung yang memberikan jasa berbelanja yang menyenangkan terus-menerus untuk kian meningkatkan kualitas Pelayanan dan kualitas produk Indomilk agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Berdasarkan paparan di atas dan mengingat pentingnya kualitas pelayanan dan kualitas produk sebagai upaya meningkatkan kepuasan konsumen di Alfamidi Cipayung. Maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memlih Produk Di Alfamidi Cipayung Jakarta Timur”**.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

1. Kurang ramahnya pelayanan di Alfamidi Cipayung
2. Beberapa produk di Alfamidi Cipayung kualitasnya buruk
3. Pelanggan di alfamidi kurang puas terhadap pelayanan yang kurang ramah
4. Kurang ramahnya pelayanan dan kualitas produk yang buruk mempengaruhi kepuasan pelanggan yang ada di Alfamidi Cipayung

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi yang telah diuraikan diatas, maka pembahasan yang dilakukan oleh penulis hanya berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Alfamidi Cipayung yang telah dipilih.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut : “bagaimana

kualitas pelayanan dan kualitas produk berengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Alfamidi Cipayung.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Alfamidi Cipayung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kepuasan pelanggan di Alfamidi Cipayung.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Alfamidi Cipayung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis yang nantinya digunakan dalam mengembangkan usaha penulis, terutama yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk meningkatkan volume penjualan Alfamidi cipayung.

2. Bagi pihak lain atau umum

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat setidaknya dijadikan dasar penelitian lebih lanjut dan dapat menambah informasi bagi teman-teman.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemecahan masalah yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perbaikan dan peningkatan yang diperlukan untuk menunjang kelancaran kegiatan penjualan

perusahaan guna tercapainya tujuan perusahaan dalam hubungannya dengan kualitas pelanggan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

4. Bagi dunia akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan yang menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi mengenai penetapan harga yang baik dan memberikan kualitas yang kompeten guna menunjang peningkatan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: ALFABETA
- Angipora, Hendra. 2012, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Inovva di Semarang", *Journal of Management*, Vol. 2, No. 3.
- Dita Amanah 2015 dengan judul "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majestyk bakery & cake shop cabang h.m. yamin medan" *Jurnal Ekonomi*.
- Ferdinand, Augusty. 2016. Metode penelitian Manajemen: "*Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan disertai Ilmu Manajemen*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponnogoro.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, (2012). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta; Andi.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro
- Kisang Ryu, Hye-Rin Lee, Woo Gon Kim, (2012) "*The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions*".
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : indeks.
- Kotler, Philip dan Kevine Lane Keller, (2013). *Manajemen Pemasaran*, jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: LPFE-UI.

- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kuswadi, (2012). *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Muhamad ivan aliyan, Naili Farida, dan Sari Listyorini 2013 “Pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan (studi pada konsumen toko gunung agung Cirebon mall)” *Jurnal Ekonomi*.
- Rendy Gulla, Sem George, Ferdy Roring 2015 “analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Manado *Grace Inn*”
- Resty Arvita Haryanto 2014 “strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran McDonald’s Manado” *Jurnal Ekonomi*.
- Sanusi, Anwar (2011), *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta, Salemba Empat.
- Surachman, “*Dasar-dasar Manajemen Merek*”, Bayumedia Publishing Malang, 2017.
- Sugiyono, (2013), *Statistika untuk Penelitian*, Alfa Beta, Bandung.
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama
- Suliyanto (2014) , *Metode Riset Bisnis*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Suryani, Tatik, 2012, *Perilaku Konsumen*, Implikasi pada Strategi Pemasaran
- Surachman, “*Dasar-dasar Manajemen Merek*”, Bayumedia Publishing Malang, 2018.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2012. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta
- Tjiptono Fandy,(2012). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta
- Umar Husein. 2012. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama