

PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN, KELENGKAPAN
PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI TOKO BUKU
GRAMEDIA CIPUTRA WORLD
SURABAYA

by Imam Fadli .

FILE	JURNAL_3.DOCX (59.13K)	WORD COUNT	3587
TIME SUBMITTED	08-AUG-2018 08:51AM (UTC+0700)	CHARACTER COUNT	22291
SUBMISSION ID	988336072		

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BUKU GRAMEDIA CIPUTRA WORLD SURABAYA

By Imam Fadli

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di toko buku Gramedia Ciputra World Surabaya. Contoh dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling dengan 100 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi berpengaruh baik dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan berdasarkan penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan lebih dominan terhadap kepuasan konsumen daripada faktor promosi dan kelengkapan produk. Saran dari penelitian ini adalah tetap menjaga kualitas pelayanan dan lebih meningkatkan program promosi dan kelengkapan produk agar konsumen mendapatkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kelengkapan produk, promosi

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product completeness and promotion on customer satisfaction partially and simultaneously. The population in this study were all consumers who shop at the Ciputra World Surabaya Gramedia book shop. The example in this study uses simple random sampling technique with 100 respondents. Data analysis used is multiple linear analysis. The results of this study indicate that service quality, product completeness and promotion have a good and significant influence on customer satisfaction. The conclusion based on this study is to show that service quality, product completeness and promotion affect consumer satisfaction, service quality is more dominant to customer satisfaction than promotional factors and product completeness. Suggestions from this study are still maintaining service quality and further enhancing the promotion program and product completeness so that consumers get a pleasant shopping experience.

Keywords: service quality, product completeness, promotion

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini perekonomian indonesia mulai agak menurun . Hal ini ditandai dengan tingat kemampuan konsumen untuk membeli barang. keadaan ini sangat berdampak pada industri retail. Persaingan yang cukup ketat dan ditambah daya beli konsumen menurun, perusahaan harus berlomba-lomba memenangkan kepuasan pembelian konsumen agar perusahaan dapat bertahan dalam keadaan perekonomian seperti ini.

Salah satu kunci keberhasilan untuk mencapai hasil yang maksimal di dalam perusahaan adalah kepuasan konsumen. Menurut (Graha dan wardana,2016) di dalam bisnis ritel kualitas layanan dan produk yang di jual merupakan suatu ukuran untuk mencapai kepuasan konsumen.. Jadi perusahaan harus berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

Menurut Utami (2012) kelengkapan produk merupakan faktor yang paling utama dalam menarik minat konsumen dalam berbelanja .

Menurut Raharjani (2005:6) konsumen lebih memilih tempat yang menawarkan produk bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang di tawarkan oleh penjual. Bagi sebuah toko retail kelengkapan produk merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Meskipun harga jual lebih tinggi dari toko retail lainnya. Semakin lengkapnya barang yang di jual, maka akan menarik para konsumen untuk berbelanja di toko tersebut.

Tujuan akhir dari promosi adalah memperkuat kepa konsumen untuk membeli suatu produk, karena sebagai konsumen cenderung membeli suatu produk di dasarkan pada kupon dan tawaran-tawaran lainnya, maka pemberian tawaran yang menarik dan rutin akan membuat konsumen semakin merasa puas untuk berkunjung kembali sehingga mempengaruhi pendapatan pada perusahaan. .

Salah satu perusahaan retail yang menerapkan kepuasan konsumen adalah Toko Gramedia Ciputra World Surabaya. Toko buku ini merupakan salah satu toko buku yang termasuk

dalam group PT. Gramedia Asri media, hingga saat ini PT Gramedia asri media sudah memiliki lebih dari 50 cabang toko yang sebar di seluruh Indonesia sejak di dirikan pada tanggal 2 februari 1970 yang semula hanya sebuah toko kecil saja. Termasuk di surabaya, yang berada di jalan Mayjen Sungkono no 89, Dukuh pakis berada di mal Ciputra World lantai 2 surabaya. Pelayanan yang di berikan oleh toko buku gramedia ciputra world Surabaya kepada konsumen meliputi semua bagian, mulai dari kemudahan para konsumen untuk mencari barang yang di inginkan dengan di dukung fasilitas yang ada dalam toko, seperti fasilitas penjelajah buku untuk menemukan informasi ketersediaan buku yang di butuhkan melalui komputer, pemetakan produk , hingga pelayanan yang di berikan dari pramuniaga toko yang berpenampilan menarik sopan terhadap pengunjung dan selalu memberikan senyuman kesan pertama pada konsumen serta selalu tanggap untuk memberikan bantuan kepada konsumen, menanyakan kebutuhan konsumen sehingga membantu konsumen mencari produk yang di inginkan. Selain mengutamakan kualitas pelayanan pada konsumen, produk yang di jual di gramedia ciputra world ini sangat lengkap dan bervariasi. Selain menyediakan buku, toko gramedia ciputra world ini juga menyediakan berbagai produk lainnya seperti, perlengkapan kantor, perlengkapan sekolah,alat-alat musik hingga peralatan olahraga.. Toko gramedia ciputra world juga selalu menjaga dan memenuhi kelengkapan produk agar tidak terjadi kekosongan barang di toko . selain itu toko buku gramedia ciputra world bisa menerima pesanan ketika barang yang di butuhkan konsumen habis terjual dengan saling berkomunikasi antar cabang dan menanyakan stok barang tersebut di cabang toko lain. Selain itu toko bukugramedia ciputra world surabaya juga slalu mengadakan program promosi untuk pelanggan, yaitu diantaranya memberikan kemudahan membeli barang dengan sistem kredit dengan pembelian minimal seharga satu juta rupiah, dengan jangka waktu enam kali pembayaran, memberikan diskon tambahan untuk pengguna member gramedia, memberikan gift ketika membeli salah satu produk dan diskon-diskon menarik lainnya di setiap akhir pekan.

Berikut ini perbandingan data jumlah pengunjung toko buku gramedia ciputra world surabaya dari tahun ke tahun yang selalu mengalami penurunan.

Tabel 1.1 perbandingan jumlah pengunjung tahun 2013 - 2017

No	Tahun	Jumlah pengunjung
1	Tahun 2013	334,101
2	Tahun 2014	471,120
3	Tahun 2015	342,702
4	Tahun 2016	316,256
5	Tahun 2017	145,265

Dari data perbandingan jumlah pengunjung di atas dapat diketahui bahwa toko gramedia ciputra world Surabaya cenderung mengalami penurunan yang cukup tinggi dari lima tahun belakangan ini. Toko gramedia ciputra world Surabaya sudah memberikan pelayanan secara maksimal kepada para pengunjung, akan tetapi pengunjung di toko tersebut selalu mengalami penurunan tiap tahunnya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di toko buku gramedia ciputra world Surabaya.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Hasan (2013:4), "pemasaran merupakan suatu proses dalam mengidentifikasi menciptakan dan sebagai penghubung dalam menjalin hubungan baik kepada konsumen untuk mendapatkan laba yang maksimal di perusahaan.

Kotler dan Keller (2013:27) : Manajemen pemasaran adalah suatu kesatuan antara seni dan ilmu dalam pemilihan target pasar untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen.

10 Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. (Graha dan Wardana, 2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan unsur yang sangat penting dalam bisnis ritel dengan dimensi kebijakan sebagai bagian dari kualitas pelayanan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam penelitian ini untuk mengimbangi harapan konsumen dapat di ciptakan melalui pemenuhan kebutuhan dan ketepatan dalam kualitas pelayanan (G.Chandra 2011:180)

Mempunyai indikator sebagai berikut :

- 36 1. Keandalan (*Reability*)
2. Daya tanggap (*Responsiveness*)
3. Bukti langsung (*Tangible*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Kelengkapan Produk

Kotler (2008:127) dalam penjelasannya menyatakan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang di tawarkan untuk dimiliki, di pakai atau di konsumsi oleh konsumen yang di hasilkan oleh produsen. Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri, atau atribut produk dari produk tersebut. Kesan yang baik akan di terima suatu toko jika toko tersebut menyediakan produk yang di harapkan oleh konsumen. Oleh sebab itu manajemen harus tanggap dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Indikator kelengkapan produk

- 3 1. Keragaman produk yang di jual

Keragaman produk dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja dalam memilih suatu toko.

2. Variasi produk yang dijual

3 Tersedianya produk – produk pelengkap dari produk utama yang di tawarkan

- 3 3. Ketersediaan produk yang di jual

Kelengkapan produk harus selalu di jaga agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

4. Macam merk yang tersedia

Tersedianya berbagai macam merek suatu produk di dalam toko.

Promosi

Menurut (Riyono dan Budi harja, 2016) “Promosi adalah suatu hubungan komunikasi yang menjelaskan tentang suatu produk dan jasa untuk meyakinkan konsumen agar membeli. Menurut Swastha dan Irawan (2008:349), promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Agus Hermawan (2013:38) mengemukakan bahwa : suatu alat komunikasi untuk memberitahukan kepada konsumen bahwa terdapat produk yang baru dalam perusahaan tersebut yang bertujuan menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Indikator Promosi

- 1) Promosi melalui pameran.
Tujuan Promosi melalui pameran untuk menjangkau konsumen di suatu tempat yang belum mengenal toko buku gramedia ciputra world surabaya
- 2) Promosi melalui potongan harga
Adanyapotongan harga ketika membeli suatu produk
- 3) Promosi hadiah pembelian produk
Menawarkan hadiah yang menarik pada transaksi pembelian produk tertentu
- 4) Promosi melalui periklanan

2 Kepuasan Konsumen

Menurut Daryanto & Setyobudi (2014), kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada konsumen dalam proses penyerahan jasa, kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan personal. Namun dalam penelitian ini dari beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, peneliti merujuk pada satu faktor yaitu jasa, dari dimensi jasa tersebut peneliti akan melihat mana indikator yang paling memengaruhi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menurut Engel yang dikutip Tjiptono (2008:24) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana dapat melebihi harapan konsumen.

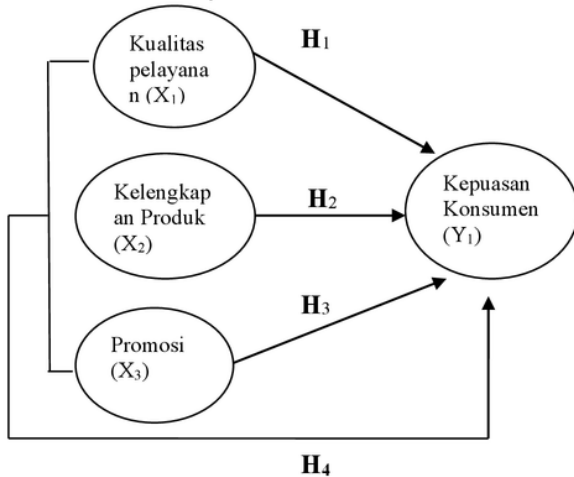
Indikator kepuasan konsumen

Menurut Heryanto (2011) indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan konsumen adalah :

1. Kecepatan
 - a. kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan
 - b. Cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan – keluhan pelanggan
2. Akurasi (*Accuracy*)
 - a. karyawan menyediakan layanan secara tepat waktu pada pelanggan
 - b. karyawan merekam menyeluruh dan tepat dalam pencatatan transaksi
3. Aman (*Safe*)
 - a. karyawan memberukan keamanan fasilitas terhadap pelanggan
 - b. karyawan menyediakan rasa kepercayaan dan menghafal keyakinan pelanggan
4. Ramah Tamah
 - a. Memperlakukan pelanggan dengan baik dan sopan saat menerima telepon
 - b. Memberikan senyum dan sikap ketulusan dalam melayani pelanggan dengan baik
5. Nyaman
 - a. Ketersediaan ruangan toko dengan fasilitas yang lengkap, kebersihan, kerapian dan kenyamanan layanan.
 - b. Mendapatkan pelayanan yang baik pertama kalinya untuk pembikinan anggota member baru
 - c. Memberikan kemudahan memperoleh panduan informasi tentang layanan
 - d. Tingkat kepuasan pelanggan yang berfikir

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran men⁵askan tentang hubungan dari variable bebas yaitu pengaruh Kualitas pelayanan (X₁), Kelengkapan Produk (X₂) dan Promosi (X₃) Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Buku Gramedia Ciputra Wolrd Surabaya.



Hipotesis penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh baik dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko buku gramedia ciputra world surabaya
2. Kelengkapan Produk berpengaruh baik dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko buku gramedia ciputra world Surabaya
3. Promosi berpengaruh baik dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko buku gramedia ciputra world Surabaya
4. Kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi berpengaruh baik dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen di toko buku gramedia ciputra world Surabaya

Teknik pengambilan sample

Besarnya sampel yang di perlukan dalam penelitian ini berdasarkan jumlah populasi. Penggunaan sampel menggunakan rumus (faradina, 2016) sebagai berikut :

Dalam penelitian ini mendapatkan populasi sebanyak 12.105 pelanggan, jadi sampel yang di gunakan sebesar : $n = \frac{n}{1 + N(Moe)^2}$

$$n = \frac{12105}{1 + 121050(10\%)^2}$$

$$n = \frac{12105}{122,05} = 99,181$$

Dari hasil rumus di atas nilai $n = 99,181$ responden ³⁵ang dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi sampel yang di gunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Profil Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KE LAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	Laki-laki	7	47,0	47,0	47,0
	Wanita	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Table 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid	> 45 Tahun	1	1,0	1,0	1,0
	16-25 Tahun	52	52,0	52,0	53,0
	26-35 Tahun	42	42,0	42,0	95,0
	36-45 Tahun	5	5,0	5,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid %	Cumulative %
valid	Guru	12	12,0	2,0	12,0
	Karyawan	24	24,0	24,0	36,0

Mahasiswa	40	40,0	40,0	76,0
PNS	16	16,0	16,0	92,0
TNI/Polisi	8	8,0	8,0	100,0
21 Total	100	100,0	100,0	

Deskripsi Tanggapan Responden

1. Variable Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan di toko buku gramedia ciputra world Surabaya di bentuk oleh 8 indikator yang di gunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dalam kategori baik..

2. Variable Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk di toko buku gramedia ciputra world Surabaya di bentuk oleh 8 indikator yang di gunakan untuk mengukur kelengkapan produk dalam kategori baik.

3. Promosi

Promosi di toko buku gramedia ciputra world Surabaya di bentuk oleh 8 indikator yang di gunakan untuk mengukur promosi dalam kategori baik.

4. Variabel Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen di toko buku gramedia ciputra world Surabaya di bentuk oleh 8 indikator yang di gunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dalam kategori baik.

Uji Validitas

Berdasarkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua instrumen dalam variabel Kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2), 24 mosi (X3) dan kepuasan konsumen (Y) adalah Valid, hal ini dibuktikan dengan nilai masing-masing $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,1966) dan koefisien 24 relasi dari masing-masing item kurang dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas	0,6	0,656	Reliabel

pelayanan			
Kelengkapan produk	0,6	0,613	Reliabel
Promosi	0,6	0,709	Reliabel
Kepuasan konsumen	0,6	0,620	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas pada variabel kualitas pelayanan 0,656, pada variabel kelengkapan produk 0,613, pada variable promosi 0,709 dan variabel kepuasan konsumen 0,620 . kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat dinyatakan data kuisioner sudah handal dan *reliabel*

Analisis Linier berganda

Table.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Linier Dependen Variable Kepuasan Konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5,718	3,399		1,682	096
KUALITAS PELAYANAN	,419	,091	,412	4,613	000
KELENGKAPAN PRODUK	,215	,093	,191	2,302	024
PROMOSI	,170	,068	,221	2,495	014

a. variable terikat: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, di peroleh hasil analisis linier berganda sebagai berikut : $Y = 5,718 + 0,419 X_1 + 0,215 X_2 + 0,170 X_3 + e$

Keterangan : X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Kelengkapan Produk

X3 : Promosi

e : error

Analisis Korelasi

Table 5. Hasil Analisis Korelasi

model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
612 ^a	374	,355	2,163

hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan nilai korelasi sebesar 0,612 maka dapat dikatakan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat mempunyai hubungan korelasi kuat.

Analisis koefisien Determinasi R square

Analisis Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Hasil penelitian ini bahwa nilai *R Square* sebesar 0,374 atau 37,4% yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas yang terdiri kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dapat dijelaskan dalam model persamaan sebesar 37,4%. Sisanya terdapat $100\% - 37,4\% = 62,6\%$ dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model persamaan ini.

Uji F

Table 6. Hasil uji Regresi Uji (F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

Uji t

Tabel 6. Hasil uji Model Regresi Uji t

Model	Standardized Coefficients	Std. Error	Beta	Sig.
(Constant)	,718	3,399		,682 096
KUALITAS PELAYANAN	,419	,091	,412	,613 000
KELENGKAPAN PRODUK	,215	,093	,191	,302 024
PROMOSI	,170	,068	,221	,495 014

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

1. Kualitas pelayanan

pada tabel 6 di atas dapat dilihat nilai variabel kualitas pelayanan t hitung sebesar 4,613 > t table sebesar 1,98498 dan tingkat signifikasinya sebesar 0,000. Karena nilai (sig) lebih kecil taraf uji yang digunakan dalam penelitian adalah $\text{sig} < \alpha = 0,05$ atau (0,000 < 0,05). Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga (H₁) diterima.

2. Kelengkapan produk

Pada tabel 6 dapat dilihat nilai variabel kelengkapan produk t hitung sebesar 2,302 > t tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikansi

Regression	268,559	3	89,520	9,140	000 ^p
Residual	449,001	96	4,677		
Total	717,560	99			

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 19,140 > tabel sebesar 2,70 atau tingkat signifikan sebesar 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ (0,000 < 0,05), sehingga dapat dikatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima maka pengaruh variabel bebas yang terdiri kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world Surabaya adalah signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variable kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi berpengaruh secara nyata yang selama ini sudah berjalan berdampak pada kepuasan konsumen

sebesar 0,024. Karena nilai (sig) lebih kecil dari taraf uji yang digunakan dalam penelitian adalah $\text{sig} < \alpha = 0,05$ atau (0,024 < 0,05). Hal ini dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga (H₁) diterima

3. Promosi

Pada tabel 6 dapat dilihat nilai variabel Promosi t hitung sebesar 2,495 > tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikasinya sebesar 0,014. Karena nilai (sig) lebih kecil dari taraf uji yang digunakan dalam penelitian adalah $\text{sig} < \alpha = 0,05$ atau (0,014 < 0,05). Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variable Promosi terhadap kepuasan konsumen. Sehingga (H₁) diterima.

5

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil analisis data uji statistik menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world surabaya adalah t hitung sebesar 4,613 > t tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikasinya sebesar 0,000, Karena nilai (sig) lebih kecil taraf uji yang digunakan dalam penelitian adalah $\text{sig} < \alpha = 0,05$ atau (0,000 < 0,05). Hal ini menandakan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world surabaya adalah signifikan atau H_0 ditolak dan H_1 di terima

2. Pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen

Hasil analisis data uji statistik menunjukkan bahwa kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world surabaya adalah t hitung sebesar 2,302 > t tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai (sig) lebih kecil dari taraf uji yang digunakan dalam penelitian adalah $\text{sig} < \alpha = 0,05$ atau (0,000 < 0,05). Hal ini menandakan pengaruh variabel kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world surabaya adalah berpengaruh signifikan atau H_0 di tolak dan H_1 di terima

3. Pengaruh promosi terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil analisis data uji statistik menunjukkan bahwa pengaruh Promosi terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world surabaya adalah t hitung sebesar 2,495 > t tabel sebesar 1,98498 dan tingkat signifikasinya sebesar 0,014, Karena nilai (sig) lebih kecil dari taraf uji yang digunakan dalam penelitian adalah $\text{sig} < \alpha = 0,05$ atau (0,014 < 0,05). Hal ini menandakan pengaruh variabel Promosi terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world surabaya adalah signifikan atau H_0 di tolak dan H_1 di terima.

5

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 19,149 > F tabel sebesar 2,70 atau tingkat signifikan sebesar 0,000 yang memiliki nilai lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ (0,000 < 0,05), sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima maka pengaruh variabel bebas yang terdiri kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan kelengkapan produk dan promosi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen

Simpulan

Kesimpulan dari penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang baik dan signifikan dari variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko buku gramedia ciputra world surabaya.
2. Terdapat pengaruh yang baik dan signifikan dari variable kelengkapan Produk terhadap kepuasan konsumen di toko buku gramedia ciputra world surabaya
3. Terdapat pengaruh yang baik dan signifikan dari variable promosi terhadap kepuasan konsumen pada toko buku gramedia ciputra world surabaya
4. variabel bebas yang terdiri kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen toko buku gramedia ciputra world surabaya

28

Saran

Saran dalam penelitian ini dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Diharapkan agar pihak manajemen Gramedia Ciputra World Surabaya dapat meningkatkan kualitas layanan yang prima dan menyeluruh untuk memudahkan konsumen pada saat berbelanja dan lebih memberikan kenyamanan pada konsumen dengan memberikan tempat istirahat bagi pengunjung, dan menyediakan layar elektronik untuk memberikan informasi

atau gambaran isi buku yang akan di beli oleh konsumen , lalu di akhiri dengan system pembayaran yang sederhana dan cepat, dengan demikian konsumen akan mendapatkann pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

2. Diharapkan agar pihak manajemen Gramedia Ciputra World Surabaya dapat meningkatkan kelengkapan produk seperti keanekaragaman produk mulai dari variasi merek produk, jenis produk dan ukuran produk dari setiap jenis klasifikasi produk dengan demikian konsumen akan merasa lebih variatif dan senang dalam memilih produk yang akan di beli karena banyak pilihan yang di tawarkan.
3. Diharapkan agar pihak manajemen Gramedia Ciputra World Surabaya dapat meningkatkan promosi dengan membuat brosur yang lebih informative agar pengunjung dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang program promosi yang sedang berjalan.
4. Diharapkan pihak peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambah variable lainnya yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta dapat menggunakan metode penelitian lainnya seperti kualitatif dengan pengambilan data wawancara agar di peroleh hasil yang lebih kompleks.

2

Daftar Pustaka

Ali, Hasan 2013. **Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan**. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)

Cristina WidyaUtami, 2012, **Manajemen Ritel Strategi dan implementasi Ritel Modern**. Jakarta: Salemba Empat

Faradina, A. (2016). **PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN**. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 5 (7) 1-13. ISSN : 2461-0593

Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. (2011). **Service, Quality and Satisfaction** (ed 3). Yogyakarta. Andi

10

Graha, I. m. (2016). **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGANHARDY'S NEGARA**. *E-JURNAL Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, vol 5 (2), 309-334. ISSN 2337-3067

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, 2013. **Manajemen Pemasaran**, Jilid 2, Edisi 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2008. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks

4

Raharjani, J., (2005), **Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)**. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol.2 (1)

Tjiptono, Fandy, 2008, **Strategi Pemasaran**, Edisi 3, Yogyakarta: Alma

Hendri, Ma'ruf ,2005. **Pemasaran Ritel**, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BUKU GRAMEDIA CIPUTRA WORLD SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

% **31**

SIMILARITY INDEX

% **28**

INTERNET SOURCES

% **13**

PUBLICATIONS

% **13**

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	% 6
2	digilib.unila.ac.id Internet Source	% 3
3	lib.unnes.ac.id Internet Source	% 2
4	eprints.ums.ac.id Internet Source	% 1
5	repository.uinsu.ac.id Internet Source	% 1
6	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	% 1
7	ejournal.stiesia.ac.id Internet Source	% 1
8	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	% 1

9	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	% 1
10	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	% 1
11	Submitted to iGroup Student Paper	% 1
12	eprints.undip.ac.id Internet Source	% 1
13	ojs.unud.ac.id Internet Source	% 1
14	Submitted to Udayana University Student Paper	% 1
15	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	% 1
16	jurnal-sosioekotekno.org Internet Source	% 1
17	ejurnal.bunghatta.ac.id Internet Source	% 1
18	eprints.umpo.ac.id Internet Source	% 1
19	manajemen.fenaro.narotama.ac.id Internet Source	<% 1
20	eprints.uny.ac.id	

21

www.scribd.com

Internet Source

<% 1

22

jurnalfe.ustjogja.ac.id

Internet Source

<% 1

23

Anis Fauzi, Duriyat Duriyat. "PENGARUH KOMPETENSI DAN MOTIVASI KERJA GURU TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA MADRASAH TSANAWIYAH", Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian, 2018

Publication

<% 1

24

Erminati Pancaningrum, Andriya Risdwiyanto. "Pengaruh Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Situs Belanja terhadap Sikap Belanja Online yang Dimoderasi oleh Keahlian dan Kebutuhan untuk Berinteraksi bagi Pengguna Internet", Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship, 2013

Publication

<% 1

25

Submitted to Universitas Jenderal Soedirman

Student Paper

<% 1

26

repository.stiesia.ac.id

Internet Source

<% 1

27	repository.unhas.ac.id Internet Source	<% 1
28	rizkisiska6.blogspot.com Internet Source	<% 1
29	administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id Internet Source	<% 1
30	lontar.ui.ac.id Internet Source	<% 1
31	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<% 1
32	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<% 1
33	eprints.unm.ac.id Internet Source	<% 1
34	repository.maranatha.edu Internet Source	<% 1
35	manajemenringga.blogspot.com Internet Source	<% 1
36	docplayer.info Internet Source	<% 1
37	es.scribd.com Internet Source	<% 1

38

www.docstoc.com

Internet Source

<% 1

39

mafiadoc.com

Internet Source

<% 1

40

journal.unair.ac.id

Internet Source

<% 1

41

Submitted to Surabaya University

Student Paper

<% 1

42

Dedi Suhendro. "PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, KUALITAS PELAYANAN DAN EKSPEKTASI KINERJA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DALAM PENERAPAN SISTEM TEKNOLOGI INFORMASI PADA KOPERASI DI KOTA PEMATANGSIANTAR", Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika), 2017

Publication

<% 1

43

Indra Prabhata. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK KREDIT UKM TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BPR KERTA RAHARJA BANDUNG", Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi, 2018

Publication

<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF