

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN PROMOSI DI TOKO BUKU GRAMEDIA CIPUTRA WORLD SURABAYA**

### **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 ditoko buku Gramedia Ciputra World Surabaya. Contoh dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling dengan 100 responden. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi berpengaruh baik dan signifikan secara 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 of 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. In this study the 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 tingkat 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.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan untuk mencapai laba maksimal di dalam perusahaan. Menurut (Graha dan Wardana, 2016) Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam bisnis ritel, maka untuk menciptakan kepuasan konsumen, perlu melihat kualitas dari pelayanan dan barang yang dijual sehingga memperoleh satu set item yang akurat untuk mengukur dan membangun bisnis retail. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik agar dapat memenuhi atau bahkan mampu melampaui kebutuhan konsumen agar tercapai kepuasan.

Menurut Utami (2012) kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang di berikan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko. Penyediaan kelengkapan produk (*product assortment*) yang baik tidak hanya menarik minat konsumen tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja.

Raharjani (2005:6) berpendapat bahwa konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang di tawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang dalam suatu toko meliputi variasi merk yang banyak, tipe dan ukuran barang yang dijual, macam-macam barang dari suatu produk yang akan dibeli. Bagi sebuah toko retail kelengkapan barang dagangan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Meskipun harga jual lebih tinggi dari pasar swalayan lainnya. Tetapi karena lengkapnya barang yang di jual maka, toko ini banyak menarik para pengunjung. Semakin lengkap toko swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan

memutuskan untuk melakukan pembelian produk mereka.

Tujuan akhir dari promosi adalah memperkuat kepuasan 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, perusahaan ini didirikan pada tanggal 2 februari 1970 dengan di awali dari satu toko buku kecil berukuran 25m<sup>2</sup> di daerah Jakarta barat dan sampai tahun 2002 telah berkembang menjadi lebih dari 50 toko yang tersebar di seluruh Indonesia 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. Selain itu, toko buku Gramedia Ciputra World juga menyediakan berbagai macam produk pelengkap dari produk utama yang di jual. Toko Gramedia juga selalu berusaha untuk memenuhi *stock* produk dan juga

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 telah memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya, akan tetapi masih mengalami penurunan jumlah pelanggan yang berkunjung di toko tersebut.

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 adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan

Kotler dan Keller (2013:27) : Manajemen pemasaran adalah suatu gabungan antara seni dengan ilmu mengenai pemilihan target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka.

### 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 kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (G.Chandra 2011:180)

Mempunyai indikator sebagai berikut :

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

### Kelengkapan Produk

Kotler (2008:347) 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. Konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang

dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu pengecer harus tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen

### **Indikator kelengkapan produk**

#### 1. Keragaman produk yang di jual

Kelengkapan produk yang di jual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu tok

#### 2. Variasi produk yang dijual

Tersedianya produk – produk pelengkap dari produk utama yang di tawarkan

#### 3. Ketersediaan produk yang di jual

Produk yang sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaannya dengan cara menjaga kelengkapan, kualitas harga dari produk yang di jual

#### 4. Macam merk yang tersedia

Berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis macam – macam Produk

### **Promosi**

Menurut (Riyono dan Budi harja, 2016) “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

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 : Promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian

### **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

### **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 pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen

### **Indikator kepuasan konsumen**

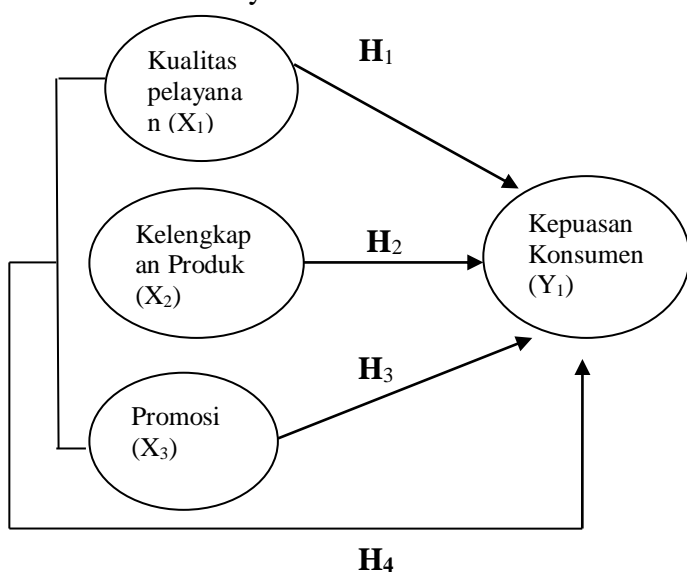
Menurut Heryanto (2011) indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan konsumen adalah :

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 menjelaskan tentang hubungan dari variable bebas yaitu pengaruh Kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>), Kelengkapan Produk (X<sub>2</sub>) dan Promosi (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Buku Gramedia Ciputra Wolrd Surabaya.



### Hipotesis penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

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

### Teknik pengambilan sample

Sampel adalah sebagian dari populasi yang hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Besarnya sampel di perlukan dalam penelitian berdasarkan sifat populasi, tingkat ketetapan yang di perlukan dan sumber daya yang tersedia bagi peneliti. Penggunaan sampel menggunakan rumus (faradina, 2016) sebagai berikut :

Dengan menggunakan populasi sebanyak 12.105 pelanggan, maka sampel untuk penelitian ini sebesar :

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

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

$$n = \frac{12105}{1,122,05} = 99,181$$

Dengan demikian diperoleh nilai n= 99,181 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, hal ini dimaksudkan agar jumlah sampel tersebut benar-benar mewakili populasi sehingga kesimpulan yang di ambil adalah valid

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Analisis Profil Responden

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

JENISKELAMIN					
		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
	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), promosi (X3) dan kepuasan konsumen (Y) adalah Valid, hal ini dibuktikan dengan nilai masing-masing  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1966) dan koefisien korelasi dari masing-masing item kurang dari  $\alpha = 0,05$ . Sehingga dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

#### Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0,6	0,656	Reliabel
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 . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kuisioner dalam penelitian ini sudah handal atau *reliabel*

## Analisis Linier berganda

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

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig.
	B	Std. Error	Beta		
(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. Dependent Variable: 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 <sup>a</sup>	,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

## Uji t

**Tabel 6.** Hasil uji Model Regresi Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig.
	B	Std. Error	Beta		
(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

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.
Regression	268,559	3	89,520	9,140	,000 <sup>b</sup>
Residual	449,001	96	4,677		
Total	717,560	99			

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 19,140 > 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 toko buku gramedia ciputra world Surabaya adalah signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan promosi berpengaruh secara nyata yang selama ini sudah berjalan berdampak pada kepuasankonsumen

## 1. Kualitas pelayanan

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat nilai variabel kualitas pelayanan  $t$  hitung sebesar 4,613 >  $t$  tabel sebesar 1.98498 dan tingkat signifikasinya sebesar 0,000. Karena nilai ( $\text{sig}$ ) 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 ( $H_1$ ) 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 sebesar 0,024. Karena nilai ( $\text{sig}$ ) 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 ( $H_1$ ) diterima

## 3. Promosi

Pada tabel 6 dapat dilihat nilai variabel Promosi  $t$  hitung sebesar 2,495 >  $t$  tabel sebesar 1.98498 dan tingkat signifikasinya sebesar 0,014, Karena nilai ( $\text{sig}$ ) 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 variabel Promosi terhadap kepuasan konsumen. Sehingga ( $H_1$ ) diterima.

## 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 ( $\text{sig}$ ) 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 ( $\text{sig}$ ) 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 ( $\text{sig}$ ) 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.

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

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai  $F$  hitung sebesar 19,140 >  $F$  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

Dari hasil penelitian yang telah di lakukan oleh penulis dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang baik dan signifikan dari variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko buku gamedia ciputra world surabaya.
2. Terdapat pengaruh yang baik dan signifikan dari variable kelengkapan Produk terhadap kepuasan konsumen di toko buku gamedia ciputra world surabaya
3. Terdapat pengaruh yang baik dan signifikan dari variable promosi terhadap kepuasan konsumen pada toko buku gamedia 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 gamedia ciputra world surabaya

## Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran 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 konsumen dapat dengan mudah memperoleh informasi yang lengkap akan program promo yang sedang berlangsung.
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.

## Daftar Pustaka

- Ali, Hasan* 2013. **Marketing dan Kasus-KasusPilihan**. 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
- 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

*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*