

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Subyek Penelitian

Menara 05 merupakan salah satu konter yang berada dalam naungan Menararaya Group. Menara 05 telah membuka cabangditiga tempat yang berbedaya itu Demak,Kalirejo dan Mejobo. Menara 05 menawarkan produk-produk yang mempunyai kualitas yang baik.

Menara 05 berada di jantung kota Kudus dapat dikatakan adalah salah satu Toko perdana yang terbesar dan terlengkap dikota itu. Berdiri sejak Tahun 2000 merupakan cerita panjang dari proses berdirinya Toko perdana tersebut. Berawal dari kesenangan berganti – ganti akhirnya sang pemilik menara 05 ini menggagas ide untuk membuka sendiri Toko pelayanan yang baik.

Bapak Saifuddin yang merupakan Owner dari Toko tersebut mengatakan bahwa merintis usaha ini tidaklah mudah dan membutuhkan waktu yang tidak sebentar untuk calon pelanggan mau mengantri dan berlama – lama berada di tokonya untuk memilih produk yang dijualnya. Menara 05 mempunyai perdana yang murah, berkualitas, dan juga mempunyai pelayanan yang baik terhadap pelanggan, sehingga merupakan nilai tambah tersendiri bagi menara 05 dan itu harus dipertahankan ujar bapak Saifuddin . Menara 05 yang mempunyai karyawan keseluruhan sekitar 10 orang ini sangat bersemangat dalam memikirkan pengembangan bisnisnya, seiring dengan perkembangan teknologi sekarang ini Toko perdana dan Accesories yang setiap harinya penuh dikunjungi pelangganya. ini sudah menjual beberapa jenis Gadget dan juga kedepan akan menambah jenis produknya yaitu Komputer atau Laptop. Dengan bertambahnya jenis Produk yang ditawarkan oleh toko ini otomatis makin bertambah pula target market yang dapat digarap ujar Owner MENARA 05

Pada awalnya kami masih menggunakan program yang manual, tapi begitu pelanggan kami mulai banyak kita jadi kesulitan melakukan pencatatan. Dan waktu tu sempat menggunakan program lain tapi laporannya sering salah dan ga pernah benar, dan yang paling mengecewakan program yang kita gunakan tidak ada team supportnya jadi kalau ada masalah kita benerin sendiri. Akhirnya dengan kemudahan Zahir Accounting ini kami dapat melihat sekian banyak laporan-laporan kapan saja dan dimana saja

## B. Hasil Penelitian

### 1. Jawaban angket tentang kualitas pelayanan di UD. Menara 05 Kudus

Data hasil penelitian tentang kualitas pelayanan UD. Menara 05 Kudus yang telah didapatkan melalui angket sebanyak 7 item yang disebarkan kepada seluruh sampel sebanyak 22 pelanggan dengan hasil

Table 4.1

Tabulasi data skoring hasil jawaban angket tentang kualitas pelayanan

No	KUALITAS PELAYANAN							Σ
	1	2	3	4	5	6	7	
1	2	3	3	2	3	3	4	20
2	4	3	3	1	4	2	4	21
3	3	2	3	3	4	5	2	22
4	2	2	2	4	4	4	3	21
5	5	2	2	1	2	1	4	17
6	2	3	2	2	1	3	4	17
7	3	3	1	4	4	3	5	23
8	3	5	2	4	3	4	3	24
9	3	4	4	1	3	5	5	25
10	3	5	5	2	5	5	3	28
11	1	2	4	3	3	5	4	22
12	3	1	2	2	3	5	4	20
13	2	4	2	1	5	3	4	21
14	1	4	2	3	5	1	4	20
15	3	3	2	1	2	5	3	19
16	2	1	2	4	3	5	3	20
17	5	2	2	2	2	4	1	18

18	4	2	2	2	2	5	5	<b>22</b>
19	2	4	4	4	3	3	3	<b>23</b>
20	3	2	2	1	3	3	3	<b>17</b>
21	2	4	3	4	1	2	2	<b>18</b>
22	3	3	5	5	2	2	4	<b>24</b>
<b>TOTAL</b>								<b>462</b>

2. Jawaban angket tentang citra toko di UD. Menara 05 Kudus

Data hasil penelitian tentang citra tokodi UD. Menara 05 Kudus yang telah didapatkan melalui angket sebanyak 8 item yang disebarakan kepada seluruh sampel sebanyak 22pelanggan dengan hasil

Table 4.2

No	CITRA TOKO								$\Sigma$
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2	4	2	1	3	3	4	3	<b>22</b>
2	3	3	3	2	4	4	2	2	<b>23</b>
3	2	3	1	3	5	4	2	4	<b>24</b>
4	2	3	3	2	4	4	1	2	<b>21</b>
5	3	3	4	2	3	5	1	2	<b>23</b>
6	3	3	3	2	2	2	3	3	<b>21</b>
7	3	2	3	3	3	4	3	2	<b>23</b>
8	4	1	4	1	3	4	2	2	<b>21</b>
9	3	3	4	2	2	4	2	4	<b>24</b>
10	4	5	4	4	2	4	3	2	<b>28</b>
11	2	4	4	3	3	2	2	4	<b>24</b>
12	3	4	3	2	4	2	3	3	<b>24</b>
13	3	3	4	1	4	5	4	2	<b>26</b>
14	3	4	2	2	5	4	1	4	<b>25</b>
15	3	3	5	1	3	4	2	2	<b>23</b>
16	4	3	3	2	4	4	2	2	<b>24</b>
17	2	4	4	3	4	2	2	2	<b>23</b>
18	3	1	4	5	5	5	2	2	<b>27</b>
19	4	4	2	4	4	4	3	4	<b>29</b>
20	4	3	4	2	2	2	4	3	<b>24</b>
21	2	3	2	4	1	4	2	5	<b>23</b>
22	4	4	5	3	3	5	2	3	<b>29</b>
<b>TOTAL</b>									<b>531</b>

## 3. Jawaban angket tentang harga di UD. Menara 05 Kudus

Data hasil penelitian tentang harga di UD. Menara 05 Kudus yang telah didapatkan melalui angket sebanyak 5 item yang disebarakan kepada seluruh sampel sebanyak 22 pelanggan dengan hasil sebagai berikut:

Table 4.3

No	HARGA					$\Sigma$
	1	2	3	4	5	
1	3	5	4	4	3	19
2	4	3	1	2	5	15
3	5	5	4	5	1	20
4	2	5	5	4	4	20
5	3	4	4	3	4	18
6	4	4	5	4	1	18
7	2	4	3	3	5	17
8	3	4	2	3	4	16
9	4	5	3	4	4	20
10	5	4	4	5	3	21
11	2	5	5	2	4	18
12	5	2	3	4	3	17
13	5	4	5	5	4	23
14	3	4	5	2	4	18
15	3	4	2	3	5	17
16	4	4	4	3	4	19
17	3	5	2	5	2	17
18	1	5	4	4	4	18
19	3	5	4	4	5	21
20	2	5	3	2	4	16
21	2	3	5	3	4	17
22	4	4	5	4	4	21
	TOTAL					406

## 4. Jawaban angket tentang Kepuasan pelanggan di UD. Menara 05 Kudus

Data hasil penelitian tentang Kepuasan pelanggan UD. Menara 05 Kudus yang telah didapatkan melalui angket sebanyak 5 item yang disebarakan kepada seluruh sampel sebanyak 22 pelanggan dengan hasil sebagai berikut:

Table 4.4

No	KEPUASAN PELANGGAN					$\Sigma$
	1	2	3	4	5	
1	3	5	5	4	5	22
2	3	4	5	5	5	22
3	4	5	5	5	4	23
4	3	4	5	5	5	22
5	3	4	4	5	5	21
6	5	5	5	1	4	20
7	5	5	5	3	5	23
8	3	4	5	4	5	21
9	4	5	5	5	5	24
10	5	5	5	5	5	25
11	3	5	4	4	5	21
12	4	4	5	5	5	23
13	5	5	5	5	5	25
14	3	4	5	4	5	21
15	4	4	5	4	4	21
16	4	4	4	5	5	22
17	3	5	5	4	4	21
18	3	5	5	5	5	23
19	5	5	5	5	5	25
20	4	4	3	5	5	21
21	5	3	5	5	4	22
22	5	5	5	5	5	25
	TOTAL					493

### C. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini juga dilakukan beberapa uji asumsi klasik terhadap model analisis diskriminan yang telah diolah dengan menggunakan program SPSS yang meliputi:

#### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi data apakah data yang terkumpul adalah data yang terdistribusi normal atau tidak, normalitas data dalam penelitian ini mempengaruhi analisis

hipotesis, ketika data distribusi normal, maka analisa yang digunakan adalah analisa parametris, tetapi ketika data tersebut tidak normal, analisa yang digunakan adalah non parametris. Dalam uji normalitas data peneliti menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* :

Table 4.8  
Uji Normalitas Data

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		KUALITAS PELAYANAN	CITRA TOKO	HARGA	KEPUASAN PELANGGAN
N		22	22	22	22
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	21.00	24.14	18.45	22.41
	Std. Deviation	2.828	2.356	1.993	1.563
Most Extreme Differences	Absolute	.093	.250	.181	.194
	Positive	.093	.250	.181	.194
	Negative	-.089	-.133	-.099	-.138
Kolmogorov-Smirnov Z		.435	1.174	.849	.911
Asymp. Sig. (2-tailed)		.992	.127	.466	.378

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

a. Kualitas Pelayanan

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh nilai 0,992 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,992 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel kualitas pelayanan adalah normal.

b. Citra Toko

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh nilai 0,127 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,127 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel citra toko adalah normal.

c. Harga

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh nilai 0,466 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,466 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel harga adalah normal.

d. Kepuasan pelanggan

Dari tabel di atas pada kolom asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh nilai 0,378 atau probabilitas di atas 0,05 ( $0,378 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa distribusi variabel kepuasan pelanggan adalah normal.

2. Uji Linearitas data

Untuk menentukan apakah masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linieritas atau tidak dengan variabel terikat, uji ini sebagai syarat untuk menentukan modal analisa regresi linear sederhana. Pada pengujian linearitas peneliti menguji dengan menggunakan bantuan program SPSS. Ketentuan bahwa apabila *deviation from linearity* memiliki nilai sig  $> 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan terhadap linieritas. Pengujian linieritas sebagai berikut:

a. Kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Anova tabel di bagian *deviation from linearity* menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai probabilitas =  $0,953 > 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan linieritas.

b. Citra Toko dengan kepuasan pelanggan

Anova tabel di bagian *deviation from linearity* menunjukkan bahwa hubungan antara citra toko dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai probabilitas =  $0,380 > 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan linieritas.

c. Harga dengan kepuasan pelanggan

Anova tabel di bagian *deviation from linearity* menunjukkan bahwa hubungan antara harga dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai probabilitas =  $0,052 > 0,05$  maka tidak terjadi penyimpangan linieritas.

### 3. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikorelasi didalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai  $R^2$ . Jika korelasi dibawah 90% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas. Dari hasil perhitungan dapat dilihat pada table berikut:

Table 4.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 <sup>a</sup>	.808	.776	.740

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO

Hasil di atas menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,808 atau 80,8% yaitu dibawah 90% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### D. Hasil Analisis Data

Dalam analisis ini akan dideskripsikan tentang tingkat kualitas pelayanan, citra toko, harga dan Kepuasan pelanggan pada pelanggan UD. Menara 05 Kudus. Dalam pengambilan data peneliti menggunakan instrumen angket, setelah diketahui data-data tersebut dengan populasi yang sebanyak 22 orang dan soal 25 butir kemudian dihitung untuk mengetahui tingkat hubungan masing-masing variabel dalam penelitian ini, maka peneliti menentukan semua variable dengan cara mengetahui mean atau rata-rata. Adapun langkahnya adalah sebagai berikut :

#### a. Kualitas pelayanan

Untuk mengetahui kualitas pelayanan, maka peneliti akan menyajikan data yang diperoleh yang dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 7 item soal yang telah disebarkan kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total



dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 462. Setelah di dapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} MX_1 &= \frac{\sum fX}{N} \\ &= \frac{462}{22} \\ &= 21,00 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dengan cara atau langkah-langkah sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

i : Interval

R : Range

K : Jumlah Kelas

Sedangkan mencari range (R) dengan menggunakan rumus :

$$R = H - L$$

H = Nilai tertinggi

(jawaban tertinggi dikalikan dengan jumlah item)

$$5 \times 7 = 35$$

L = Nilai terendah

(jawaban terendah dikalikan jumlah item)

$$1 \times 7 = 7$$

Jadi R = H - L

$$= 35 - 7$$

$$= 28$$

Maka diperoleh nilai interval sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{28}{5}$$

$$= 5,6$$

Dari hasil di atas diperoleh nilai 5,6 sehingga interval yang diambil kelipatan 5, sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut :

Tabel.4.3

Nilai Interval Kualitas pelayanan

No	Interval	Kategori	Kode
1	28 – 35	Sangat Baik	A
2	23 – 27	Baik	B
3	18 – 22	Cukup	C
4	13 – 17	Kurang	D
5	7 – 12	Sangat Kurang	E

Hasil di atas menunjukkan mean dengan nilai 21 dari kualitas pelayanan di UD. Menara 05 Kudus adalah tergolong baik karena termasuk dalam interval (18-22) dengan kategori cukup.

b. Citra toko

Untuk mengetahui citra toko, maka peneliti menyajikan data yang diperoleh untuk kemudian dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 8 item yang telah dibagikan kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 531. Setelah didapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range dengan rumus sebagai berikut :

$$MX_2 = \frac{\sum fX}{N}$$

$$= \frac{531}{22}$$

$$= 24,14$$

Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dengan cara atau langkah-langkah sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

i : Interval

R : Range

K : Jumlah Kelas

Sedangkan mencari range (R) dengan menggunakan rumus :

$$R = H - L$$

H = Nilai tertinggi

(jawaban tertinggi dikalikan dengan jumlah item)

$$5 \times 8 = 40$$

L = Nilai terendah

(jawaban terendah dikalikan jumlah item)

$$1 \times 8 = 8$$

$$\text{Jadi } R = H - L$$

$$= 40 - 8$$

$$= 32$$

Maka diperoleh nilai interval sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{32}{5}$$

$$= 6,4$$

Dari hasil di atas diperoleh nilai 6,4 sehingga interval yang diambil kelipatan 6, sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut :

Tabel.4.4  
 Nilai interval citra toko

No	Interval	Kategori	Kode
1	33 – 40	Sangat Baik	A
2	27 – 32	Baik	B
3	21 – 26	Cukup	C
4	15 – 20	Kurang	D
5	8 – 14	Sangat Kurang	E

Hasil di atas menunjukkan mean dengan nilai 24,14 dibulatkan 24 dari citra tokodi UD. Menara 05 Kudus adalah tergolong cukup karena termasuk dalam interval (21-27) dengan kategori cukup.

c. Harga

Untuk mengetahui harga, maka peneliti menyajikan data yang diperoleh untuk kemudian dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 5 item yang telah disebarkan kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 406. Setelah di dapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 MY &= \frac{\sum fX}{N} \\
 &= \frac{406}{22} \\
 &= 18,45
 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dengan cara atau langkah-langkah sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

i : Interval

R : Range

K : Jumlah Kelas

Sedangkan mencari range (R) dengan menggunakan rumus :

$$R = H - L$$

H = Nilai tertinggi

(jawaban tertinggi dikalikan dengan jumlah item)

$$5 \times 5 = 25$$

L = Nilai terendah

(jawaban terendah dikalikan jumlah item)

$$1 \times 5 = 5$$

$$\text{Jadi } R = H - L$$

$$= 25 - 5$$

$$= 20$$

Maka diperoleh nilai interval sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{20}{5}$$

$$= 4$$

Dari hasil di atas diperoleh nilai 4 sehingga interval yang diambil kelipatan 4, sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut :

Tabel.4.5

Nilai interval harga

No	Interval	Kategori	Kode
1	22 – 25	Sangat Baik	A
2	18 – 21	Baik	B

3	14 – 17	Cukup	C
4	10 – 13	Kurang	D
5	5 – 9	Sangat Kurang	E

Hasil di atas menunjukkan mean dengan nilai 18,45 dibulatkan 18 dari harga di UD. Menara 05 Kudus adalah tergolong sangat baik karena termasuk dalam interval (18-21) dengan kategori baik.

d. Kepuasan pelanggan

Untuk mengetahui Kepuasan pelanggan, maka peneliti menyajikan data yang diperoleh untuk kemudian dimasukkan ke dalam tabel distribusi frekuensi untuk dihitung nilai rata-rata (mean) dari data yang terkumpul melalui angket yang terdiri dari 4 item yang telah disebar kepada seluruh populasi yaitu sebanyak 22. Total dari hasil penelitian didapatkan total frekuensi sebesar 493. Setelah di dapatkan nilai total, kemudian dihitung nilai mean dan range dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} MY &= \frac{\sum fX}{N} \\ &= \frac{493}{22} \\ &= 22,41 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai mean, untuk melakukan penafsiran nilai mean yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dengan cara atau langkah-langkah sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan :

i : Interval

R : Range

K : Jumlah Kelas

Sedangkan mencari range (R) dengan menggunakan rumus :

$$R = H - L$$

H = Nilai tertinggi

(jawaban tertinggi dikalikan dengan jumlah item)

$$5 \times 5 = 25$$

L = Nilai terendah

(jawaban terendah dikalikan jumlah item)

$$1 \times 5 = 5$$

$$\text{Jadi } R = H - L$$

$$= 25 - 5$$

$$= 20$$

Maka diperoleh nilai interval sebagai berikut :

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{20}{5}$$

$$= 4$$

Dari hasil di atas diperoleh nilai 4 sehingga interval yang diambil kelipatan 4, sehingga untuk mengkategorikannya dapat diperoleh interval sebagai berikut :

Tabel. 4.5

Nilai interval Kepuasan pelanggan

No	Interval	Kategori	Kode
1	22 – 25	Sangat Baik	A
2	18 – 21	Baik	B
3	14 – 17	Cukup	C
4	10 – 13	Kurang	D
5	5 – 9	Sangat Kurang	E

Hasil di atas menunjukkan mean dengan nilai 22,41 dibulatkan 22 dari Kepuasan pelanggan di UD. Menara 05 Kudus adalah

tergolong sangat baik karena termasuk dalam interval (22-24) dengan kategori sangat baik.

## 1. Uji Hipotesis

### a. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk membuktikan kuat lemahnya pengaruh dan diterima tidaknya hipotesa yang diajukan dalam skripsi ini, maka dibuktikan dengan mencari nilai koefisien korelasi antar variabel yaitu kualitas pelayanan (variabel  $X_1$ ), citra toko ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) dengan hasil sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.897	1.816		3.797	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.188	.068	.341	2.778	.012
	CITRA TOKO	.268	.088	.404	3.044	.007
	HARGA	.276	.101	.352	2.737	.014

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Setelah diketahui skor akhir dari hasil penelitian di atas maka selanjutnya akan di analisis dengan data yang tertera pada tabel di atas untuk menjawab seberapa baik kualitas pelayanan di UD Menara 05 Kudus maka dapat dihitung dengan harga  $t = 2,778$ . Selanjutnya harga  $t$  tersebut dibandingkan dengan harga  $t$  tabel dengan  $dk = n-1$  ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ , maka harga  $t$  tabel = 1,721. Ternyata harga  $t$  hitung (2,778) lebih besar dari pada harga  $t$  tabel, maka  $H_0$  dinyatakan ditolak. Dengan demikian kualitas pelayanan di UD Menara 05 Kudus adalah sangat baik dan dapat diterima.

### b. Citra toko terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan data yang tertera di atas untuk menjawab seberapa baik citra toko di UD Menara 05 Kudus maka dapat dihitung dengan harga  $t = 3.044$ . Selanjutnya harga  $t$  tersebut dibandingkan dengan harga  $t$  tabel dengan  $dk = n-1$  ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ ,



maka harga t tabel = 1,721. Ternyata harga t hitung (2,778) lebih besar dari pada harga t tabel, maka  $H_0$  dinyatakan ditolak. Dengan demikian citra toko di UD Menara 05 Kudus adalah sangat baik dan dapat diterima.

c. Harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan data yang tertera pada tabel di atas untuk menjawab seberapa baik harga di UD Menara 05 Kudus maka dapat dihitung dengan harga t = 2,737. Selanjutnya harga t tersebut dibandingkan dengan harga t tabel dengan  $dk = n-1$  ( $22-1 = 21$ ) dan taraf kesalahan  $\alpha = 5\%$ , maka harga t tabel = 1,721. Ternyata harga t hitung (2,737) lebih besar dari pada harga t tabel, maka  $H_0$  dinyatakan ditolak. Dengan demikian harga di UD Menara 05 Kudus adalah sangat baik dan dapat diterima.

## 2. Pembahasan

a. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, citra toko, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Menara 05 Kudus. Hal ini mencerminkan bahwa makin baiknya pelayanan dari segi kualitas pelayanan, harga, dan citra toko akan meningkatkan kesetiaan pelanggan lebih meningkat lagi dengan berpengaruhnya kualitas pelayanan, maka dapat dikatakan bahwa keberadaan akan kualitas pelayanan tersebut sangat berpengaruh dengan kepuasan konsumen sendiri yang merupakan sebuah proses dalam melahkukan keputusan pembelian.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh UD Menara 05 secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam tiga dimensinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini

dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas, interior dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini telah didukung beberapa penelitian yang telah dilakukan, diantaranya Wira Dirgantara, menunjukkan kualitas pelayanan merupakan variabel yang memberikan kontribusi lebih besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang dalam penelitian ini adalah pengunjung Museum Kartini Jepara bila dibandingkan dengan nilai pelanggan.

b. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

Fakta yang tidak kalah pentingnya yaitu harga. Apabila konsumen melahkukan pembelian, faktor harga merupakan faktor yang cukup mempengaruhi pertimbangan pelanggan melahkukan pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat Dharmmesta dan Iriawan, yang menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang (di tambah barang kalau mungkin), yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Di lain pihak, mengiklankan sebuah produk adalah penting. Dikarnakan hal ini merupakan proses memperkenalkan produknya kepada konsumen agar mengetahui dan akan membelinya<sup>1</sup>.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa harga yang ditunjukkan dengan murah dan merakyat, pas dengan kantong menengah kebawah sehingga menjadi kepuasan

---

<sup>1</sup> Dharmmesta Dan Iriawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua., Yogyakarta hlm 241.

yang tersendiri untuk itu saling berkaitan antara harga dan kualitas pelayanan sebagai menentukan kepuasan pelanggan.

Peneliti Dolly Indra Sinurat yang menunjukkan produk, harga, promosi, suasana toko dan kualitas pelayan mempunyai pengaruh yang simultan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Slema. Hal ini berarti Alfamart di daerah Sleman mampu meningkatkan loyalitas pelanggan di Sleman dengan baik.

c. Citra toko dan kepuasan pelanggan

Dalam faktor kenyamanan citra toko juga menjadi faktor penting bagi para konsumen di dalam memilih tempat untuk berbelanja suasana yang nyaman menjadi bahan pertimbangan sendiri bagi konsumen pada saat sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi toko tersebut. Bahkan tidak sedikit dari para konsumen yang lebih memilih berbelanja di sebuah toko dengan alasan menyukai atmosfer pada toko yang bersangkutan. Kotler mengatakan identitas sebuah toko dapat di komunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari atmosfernya<sup>2</sup>. Hal ini sesuai juga dengan pendapat Sutisna bahwa suasana toko juga akan menentukan citra toko itu sendiri. Dengan demikian, suasana toko dan lokasi yang tepat menjadi sarana komunikasi yang memberikan kesan positif menguntungkan, dan memperbesar peluang untuk mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dan menciptakan adanya kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kesediaan dalam membantu, kesediaan dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari karyawan, dan penyelesaian masalah dengan cepat akan

---

<sup>2</sup> *Opcit* Kloter *Manajemen Pemasaran* hlm 155.

memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada UD Menara 05 sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable citra toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa adanya perhatian dari penyedia jasa pelayanan dalam bentuk perhatian yang sama, adanya layanan untuk pelanggan yang membutuhkan bantuan, kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan pemahaman setiap kondisi konsumen akan meningkatkan pandangan positif dari setiap terhadap UD menara 05. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

Hasil peneliti Muchibah Indra Mayasari yang menunjukan citra toko alfamart dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, kulaitas pelayan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di alfamart Boyolali.

- d. Kualitas pelayanan, citra toko, dan harga terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga, citra toko, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di UD Menara 05 Kudus. Hal ini mencerminkan bahwa makin baiknya pelayanan dari segi kualitas pelayanan, harga, dan citra toko akan meningkatkan kesetiaan pelanggan lebih meningkat lagi dengan

berpengaruhnya kualitas pelayanan, maka dapat dikatakan bahwa keberadaan akan kualitas pelayanan tersebut sangat berpengaruh dengan kepuasan konsumen sendiri yang merupakan sebuah proses dalam melakukan keputusan pembelian.

Kondisi ini akan lebih baik lagi jika didukung dengan kualitas pelayanan yang baik, jika konsumen merasa mendapatkan pelayanan yang sesuai dan cocok diyakini konsumen akan pembelian ulang di lain waktu bahkan akan merekomendasi kepada orang lain untuk berbelanja di tempat tersebut. Dengan demikian, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam meningkatkan dalam kepuasan pelanggan.

Tidak kalah pentingnya faktor harga juga sangat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena faktor harga merupakan faktor yang cukup mempengaruhi dipertimbangkan oleh pelanggan melakukan pembelian. Hal ini harga sebagai incaran buat masyarakat sehingga harga ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan citra toko sebagai faktor yang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan .

Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan jaminan keamanan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik pada UD Menara 05 sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini telah didukung beberapa penelitian yang telah dilakukan, diantaranya Wira Dirgantara, menunjukkan kualitas pelayanan merupakan variabel yang memberikan kontribusi lebih besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan yang dalam penelitian ini

adalah pengunjung Museum Kartini Jepara bila dibandingkan dengan nilai pelanggan.

Peneliti Muchibah Indra Mayasari yang menunjukkan citra toko alfamart dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di alfamart Boyolali.

Peneliti Dolly Indra Sinurat yang menunjukkan produk, harga, promosi, suasana toko dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang simultan terhadap loyalitas pelanggan di Alfamart Slema. Hal ini berarti Alfamart di daerah Sleman mampu meningkatkan loyalitas pelanggan di Sleman dengan baik.

