

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus.**

Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon merupakan usaha dagang pakaian khusus laki yang didirikan oleh Bapak Supriyanto dan Ibu Siti Qori'ah yang terletak di Jl. Ps. Kliwon, Burikan Kabupaten Kudus. Jumlah karyawan toko tersebut memiliki tiga karyawan dalam mengurus toko tersebut dan memiliki bagian masing-masing di toko tersebut.

Sejak tahun 2006, Ibu Siti Qori'ah belum memulai merintis usahanya namun ibu Siti Qori'ah membantu ibunya berjualan berbagai macam tas di pasar di karenakan beliau masih melakukan masa pembelajaran di salah satu universitas di Kudus. setelah selesai jam kuliahnya ibu Siti Qori'ah pergi ke pasar untuk membantu ibunya. saat kuliah liburpun beliau ikut ke pasar saat pagi sampai sore untuk membantu ibunya

Sekitar bulan Februari tahun 2008 ibu Siti Qori'ah ingin membuka toko sendiri dan ingin belajar mandiri tidak menggantungkan orang tua dan ingin membuka toko sendiri di pasar kliwon di blok A atas ingin membuka pakaian cowok, setelah berjalanya toko itu beliau tidak sendirian namun beliau mengambil karyawan satu untuk membantu Ibu Siti Qori'ah saat itu juga karyawan diarahkan untuk menghafalkan kode-kode barang dan harganya. Di toko tersebut pengunjung dapat membeli ecer dan grosir. Berjalanya waktu toko tersebut semakin berkembang.

Sekitar tahun 2010 pasar kliwon terbakar dan bulan itu mau mendekati hari raya Idul Fitri barang-barang sudah mulai berdatangan dan sudah mulai penyetokan barang. Terbakarnya pasar kliwon tidak diketahui karena terbakar di malam hari, barang tidak ada yang tersisa satupun karena sudah terbakar semua dan

tidak ada yang terselamatkan. Di tahun itu juga beliau tidak patah semangat dan beliau di penampungan untuk melanjutkan berjualan di depan pasar sekitar mau dua tahun di penampungan samapai menunggu renofasi pasar jadi.<sup>1</sup>

Sekitar 2012 pasar sudah jadi dan beliau membeli kembali di blok A namun tidak membeli seutuhnya namun hanya membeli ganti pembangunannya saja karena beliau memiliki surat tempat tersebut. berjalanya waktu ibu siti qoriah menikah dan sekarang di ganti alih yang menjalankan usahanya adalah Bapak Supriyanto beliau adalah suaminya berjalanya waktu bapak Supriyanto mengembangkan usahanya tersebut hingga kondisinya sangat baik. Namun di tahun 2016 para pedagang mengalami penurunan karena di tahun itu keuangan sangat sulit. Namun tidak patah semangat beliau untuk memasarkan produknya dan mencari model-model terbaru agar pelanggan tertarik dengan apa yang di tawarkan. Berjalanya waktu pun semakin maju dan beliau memasarkan lewat online dan juga di kirim ke luar kota yang sudah berlangganan di toko tersebut.<sup>2</sup>

## **B. Hasil Penelitian**

Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan 82 kuesioner kepada konsumen Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus. Pembagian 27 September 2019. Dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan 82 Kuesioner yang kembali. Setelah dilakukan pengecekan, tidak ada kuesioner yang tidak lengkap pengisiannya, sehingga 82 kuesioner dapat digunakan. Dari hasil kuesioner dapat dijelaskan sebagai berikut.

---

<sup>1</sup> Hasil observasi di toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus, Tanggal 23 juni, 2019, pukul 13.20 WIB

<sup>2</sup>Hasil observasi di toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus, Tanggal 23 juni, 2019, pukul 13.20 WIB

### C. Gambaran Umum Responden

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dan penelitian langsung melaksanakan observasi langsung untuk memperoleh data-data dan informasi dilakukan dalam dengan penyebaran angket responden secara langsung. Adapun gambaran responden yang menjawab kuesioner dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Jenis kelamin

Berikut ini adalah distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
Wanita	11	86,6
Laki-laki	71	13,4
Total	82	100,0

Sumber data: *Data primer yang telah diolah, 2019*

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 71 responden (86,6) sedangkan responden perempuan sebanyak 11 responden (13,4). Banyaknya konsumen laki-laki di Toko Rizqi Mulia dikarenakan toko menjual baju khusus cowok.<sup>3</sup>

#### 2. Responden Menurut Usia

Gambaran responden berdasarkan usia konsumen dapat disajikan sebagai berikut:

---

<sup>3</sup>Hasil Observasi di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus, Tanggal 23 juni, 2019, pukul 13.20 WIB

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Responden Menurut Usia**

No	Usia	Jumlah	Prosentase %
1	< 20 tahun	15	18,3
2	21-35	33	40,2
3	31-35	34	41,5
Jumlah		82	100,0

Sumber data: *Data primer yang telah diolah*, 2019

Bedasarkan tabel diatas diketahui sebagaian besar responden berusia di bawah 20 tahun adalah 15 orang (18,3), responden yang usia 21-35 tahun sebanyak 33 orang (40,2), usia 31-35 tahun sebanyak 34 (41,5). Kondisi tersebut menunjukan bahwa sebagian besar konsumen di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus berusia 31-35 tahun.<sup>4</sup>

### 3. Responden Menurut Pendidikan

Gambaran responden berdasarkan pendidikan dapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Responden pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Prosentase %
1	SMP	5	6,1
2	SMA	53	64,6
3	S1	24	29,3
Jumlah		82	100,0

Sumber data: *Data primer yang telah diolah*, 2019

Bedasarkan tabel diatas menunjukan bahwa responden pendidikan untuk SMP 5 orang (6,1%), sedangkan untuk SMA sebanyak 53 orang (64,6%), dan konsumen untuk S1 sebanyak 24 orang (29,3%). Tingkatan konsumen untuk pendidikan terbanyak konsumennya adalah SMA karena remaja yang masih suka berbelanja bajuk.<sup>5</sup>

<sup>4</sup>Hasil Observasi di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus, Tanggal 23 juni, 2019, pukul 13.20 WIB

<sup>5</sup>Hasil Observasi di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus, Tanggal 23 juni, 2019, pukul 13.20 WIB

#### 4. Responden Menurut Pekerjaan

Gambaran responden berdasarkan pekerjaandapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Responden Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase %
1	IRT ( Ibu Rumah Tangga)	4	4,9
2	Buruh	16	19,5
3	Suwasta	20	24,4
4	PNS	5	6,1
5	Pelajar	37	45,1
	Jumlah	82	100,0

Sumber data: *Data primer yang telah diolah, 2019*

Bedasarkan tabel di atas menunjukan bahwa responden untuk pekerjaan aadalah untuk IRT sebanyak 4 orang (4,9 %), untuk pekerja buruh sebanyak 16 orang (19,5%) , suwasta sebanyak 20 orang (24,4%), untuk pekerja PNS sebanyak 5 orang (6,1%), dan untuk pelajar sebanyak 37 oarang (45,1%) responden. Dari hasil tersebut menunjukan bahwa paling tertinggi adalah oarang pelajar karena konsumen terbanyak adalah orang pelajar.<sup>6</sup>

#### D. Diskripsi Hasil Data Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari Citra Toko (X1) dan Kualitas Pelayanan(X2) sebagai Variabel bebas, sedangkan Kepuasan Konsumen (Y) sebagai Variabel terikat. Data-data variabel tersbeut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

---

<sup>6</sup>Hasil Observasi di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus, Tanggal 23 juni, 2019, pukul 13.20 WIB

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Responden tentang Citra Toko**

Variabel	Item Pertanyaan	STS	%	TS	%	R	%	S	%	SS	%
<b>Citra Toko (X1)</b>	1.1	0	0%	0	0%	38	24,1%	115	72,8%	5	3,2%
	1.2	0	0%	2	1,3%	21	13,3%	58	36,7%	1	0,6%
	1.3	0	0%	0	0%	21	13,3%	54	34,2%	7	4,4%
	1.4	0	0%	0	0%	18	11,4%	63	39,9%	1	0,6%
	1.5	0	0%	0	0%	18	11,4%	64	40,5%	0	0%
	1.6	0	0%	0	0%	25	15,8%	54	34,2%	3	1,9%
	1.7	0	0%	0	0%	24	15,2%	57	36,1%	1	0,6%
	1.8	0	0%	0	0%	15	9,5%	67	42,4%	0	0%
	1.9	0	0%	0	0%	25	15,8%	57	36,1%	0	0%
	1.10	0	0%	0	0%	17	10,8%	63	39,9%	2	1,3%
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>	2.1	0	0%	7	4,4%	25	15,8	49	31,0%	1	0,6 %
	2.2	0	0%	4	2,5%	18	11,4%	58	36,7%	2	1,3%
	2.3	0	0%	4	2,5%	25	15,8%	53	33,5%	0	0%
	2.4	0	0%	0	0%	25	15,8%	57	36,1%	0	0%
	2.5	0	0%	0	0%	19	12,0%	61	38,5%	2	1,3%
	2.6	0	0%	0	0%	24	15,2%	54	34,2%	4	2,5%
	2.7	0	0%	0	0%	25	15,8%	57	36,1%	0	0%

	2.8	0	0%	0	0%	24	15,2%	54	34,2%	4	2,5%
	2.9	0	0%	0	0%	30	19,0%	48	30,4%	4	2,5%
	2.10	1	0,6%	27	17,1%	11	7,0%	38	24,1%	5	3,2%
	2.11	2	1,3%	18	11,4%	23	14,6%	37	23,4%	2	1,3%
	2.12	0	0%	24	15,2%	12	7,6%	42	26,6%	4	2,5%
<b>Kepuasan Konsumen</b>	3.1	0	0%	0	0%	19	12,0%	58	36,7%	5	3,2%
	3.2	0	0%	0	0%	17	10,8%	65	41,1%	0	0%
	3.3	0	0%	0	0%	32	20,3%	46	29,1%	82	51,9%
	3.4	0	0%	0	0%	35	22,2%	45	28,5%	2	1,3%
	3.5	0	0%	0	0%	31	19,6%	46	29,1%	5	3,2%
	3.6	0	0%	0	0%	30	19,0%	51	32,3%	1	0,6%
	3.7	0	0%	0	0%	31	19,6%	51	32,3%	0	0%
	3.8	0	0%	0	0%	22	13,9%	58	36,7%	2	1,3%
	3.9	0	0%	0	0%	24	15,2%	58	36,7%	0	0%
	3.10	0	0%	0	0%	26	16,5%	56	35,4%	0	0%

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui tanggapan responden yaitu konsumen Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus terhadap pengaruh citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, data-data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Citra toko

- a. pada item 1, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 24,1%, responden yang menjawab setuju sebanyak 72,8%, dan 3,2%, responden menyatakan sangat setuju.
- b. pada item 2, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1,3%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 13,3%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36,7%, dan 0,6% responden menyatakan sangat setuju.
- c. pada item 3, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 13,3% , responden yang menjawab setuju sebanyak 34,2%, dan 4,4% responden menyatakan sangat setuju.
- d. pada item 4, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 11,4% , responden yang menjawab setuju sebanyak 39,9%, dan 0,6% responden menyatakan sangat setuju.
- e. pada item 5, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 11,4% , responden yang menjawab setuju sebanyak 40,5%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
- f. pada item 6, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,8% ,

- responden yang menjawab setuju sebanyak 34,2%, dan 1,9% responden menyatakan sangat setuju.
- g. pada item 7, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,2%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36,1%, dan 0,6% responden menyatakan sangat setuju.
  - h. pada item 8, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 9,5%, responden yang menjawab setuju sebanyak 42,4%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
  - i. pada item 9, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,8% , responden yang menjawab setuju sebanyak 36,1%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
  - j. pada item 10, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 10,8%, responden yang menjawab setuju sebanyak 39,9%, dan 1,3% responden menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Analisis Mean variabel Citra Toko**

No	Indikator	Mean (Rata-Rata)
1	Pengaturan toko	3,74
2	Percahayaangan ruangan	3,83
3	Display toko	3,74
4	Kebersihan toko	3,75
5	Halaman parkir yang memadai.	3,76
Rata- rata keseluruhan		3,77

Sumber : Data primer yang telah diolah (2019)

Rata-rata jawaban responden secara rinci pada setiap indikator yaitu pada indikator pengaturuan toko 3,74, indikator pencahayaan ruangan 3,83, indikator display toko 3,78, indikator kebersihan ruangan 3,75, dan indikator halaman parkir yang mewadahi 3,76. Hasil tersebut menunjukan bahwa persepsi responden terhadap variabel citra toko tertinggi pada indikator pencahayaan. Faktor yang paling dominan adalah pada indikator pencahayaan toko. Hal ini menunjukan bahwa toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus pencahayaanya sudah cukup baik, sehingga dapat mempengaruhi pada kepuasan konsumen. Indikator dengan sekor rata-rata paling rendah adalah pengaturan ruangan. Hal ini menimbulkan bahwa kurang kepuasan konsumen dikarenakan penataan toko yang kurang baik.

## 2. Kualitas Pelayanan

- a. pada item 1, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4,4%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,8%, responden yang menjawab setuju sebanyak 31,0%, dan 0,6%, responden menyatakan sangat setuju.
- b. pada item 2, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2,5%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 11,4%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36,7%, dan 1,3% responden menyatakan sangat setuju.
- c. pada item 3, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2,5%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,8%, responden yang menjawab setuju sebanyak 33,5%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
- d. pada item 4, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,8% ,

- responden yang menjawab setuju sebanyak 36,1%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
- e. pada item 5, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 12,0% , responden yang menjawab setuju sebanyak 38,5%, dan 1,3% responden menyatakan sangat setuju.
  - f. pada item 6, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,2%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34,2%, dan 2,5% responden menyatakan sangat setuju.
  - g. pada item 7, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,8% , responden yang menjawab setuju sebanyak 36,1%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
  - h. pada item 8, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,2%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34,2%, dan 2,5% responden menyatakan sangat setuju.
  - i. pada item 9, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 19,0%, responden yang menjawab setuju sebanyak 30,4%, dan 2,5% responden menyatakan sangat setuju.
  - j. pada item 10, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0,6%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17,1%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 7,0%, responden yang menjawab setuju sebanyak 24,1%, dan 3,2% responden menyatakan sangat setuju.

- k. pada item 11, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1,3%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11,4%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 14,6%, responden yang menjawab setuju sebanyak 23,4%, dan 1,3% responden menyatakan sangat setuju.
- l. pada item 12, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 15,2%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 7,6%, responden yang menjawab setuju sebanyak 26,6%, dan 2,5% responden menyatakan sangat setuju.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Mean Variabel Kualiatas Pelayanan**

No	Indikator	Mean
1	Bukti fisik	3,61
2	Keandalan	3,74
3	Ketanggapan	3,73
4	Jaminan dan kepastian	3,72
5	Empati	3,26
Rata-rata keseluruhan		3,61

Sumber : Data primer yang telah diolah (2019)

Rata-rata jawaban respondense secara rinci pada setiap indikator yaitu pada indikator bukti fisik sebesar 3,61, indikator kehandalan sebesar 3,74, indikator ketanggapan sebesar 3,73, indikator jaminan dan kepastian sebesar 3,72, dan indikator empati sebesar 3,26. Hasil tersebut menunjukan bahwa presepsi responden terhadap variabel kualitas pelayanan tertinggi pada indikator kehandalan.hal ini menunjukan bahwa karyawan memiliki kemampuan dalm mengatasi konsumen memberikan respon yang secara teapat sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konIndikator dsumen di Toko Rizqi Mulia Pasar

Kliwon Kudus. dengan skor paling rendah adalah indikator empati. Hal itu menimbulkan bahwa karyawan yang kurang empati dalam memperhatikan konsumen sehingga dapat berpengaruh pada konsumen.

### 3. Kepuasan Konsumen

- a. pada item 1, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 12,0% , responden yang menjawab setuju sebanyak 36,7%, dan 3,2% responden menyatakan sangat setuju.
- b. pada item 2, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 10,8% , responden yang menjawab setuju sebanyak 41,1%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
- c. pada item 3, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 20,3%, responden yang menjawab setuju sebanyak 29,1%, dan 51,9% responden menyatakan sangat setuju.
- d. pada item 4, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 22,2%, responden yang menjawab setuju sebanyak 28,5%, dan 1,3% responden menyatakan sangat setuju.
- e. pada item 5, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 19,6%, responden yang menjawab setuju sebanyak 29,1%, dan 3,2% responden menyatakan sangat setuju.
- f. pada item 6, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 19,0%,

- responden yang menjawab setuju sebanyak 32,3%, dan 0,6% responden menyatakan sangat setuju.
- g. pada item 7, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 19,6%, responden yang menjawab setuju sebanyak 32,3%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
  - h. pada item 8, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 13,9%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36,7%, dan 1,3% responden menyatakan sangat setuju.
  - i. pada item 9, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 15,2% , responden yang menjawab setuju sebanyak 36,7%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.
  - j. pada item 10, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0%, responden yang memberikan jawaban ragu sebanyak 16,5% , responden yang menjawab setuju sebanyak 35,4%, dan 0% responden menyatakan sangat setuju.

Tabel 4.8

**Hasil Analisis Mean Variabel Kepuasan Konsumen**

No	Indikator	Mean
1	Kualitas Produk	3,81
2	Harga	3,69
3	Kualitas pelayanan	3,66
4	Faktor emosional	3,63
5	Biayadan kemudahan	3,69
Rata-rata keseluruhan		3,69

Sumber : Data primer yang telah diolah (2019)

Rata-rata jawaban responden secara rinci pada setiap indikator yaitu indikator kualitas produk sebesar 3,81, indikator harga sebesar 3,69, indikator kualitas pelayanan sebesar 3,66 indikator faktor emosional sebesar 3,63 dan indikator biaya dan kemudahan sebesar 3,69. Hasil ini menunjukan bahwa indikator tertinggi adalah kualitas pelayanan. Hal ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus sangat baik sehingga berpengaruh pada kepuasan konsumen. Indikator dengan skor terendah adalah harga, temuan dalam penelitian ini menunjukan bahwa indikator terendah yaitu faktor emosional.

## E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dan reliabilitas instrument menggunakan data yang disebarkan pada 30 responden uji coba. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *pearson* dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga  $r_{tabel}$  diketahui sebesar 0,361. Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif maka variabel tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka variabel tersebut dikatakan tidak valid.<sup>7</sup> perhitungan korelasi skor item lebih besar dari 0,306 maka instrumen ini dinyatakan valid, sebaliknya apabila korelasi skor item kurang dari 0,361, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

Adapun hasil perhitungan secara statistik diperoleh hasil sebagai berikut:

---

<sup>7</sup>Imam Ghazali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*, 52.

**Tabel 4.9**  
**Hasil pengujian Validitas Instrumen Citra Toko**

Variabel	No item	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Toko (X1)	1	0,737	0,361	Valid
	2	0,533	0,361	Valid
	3	0,783	0,361	Valid
	4	0,444	0,361	Valid
	5	0,701	0,361	Valid
	6	0,550	0,361	Valid
	7	0,871	0,361	Valid
	8	0,906	0,361	Valid
	9	0,920	0,361	Valid
	10	0,858	0,361	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item variabel citra toko dapat dikatakan valid. Hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif. Selanjutnya, hasil pengujian untuk instrumen Kualitas Pelayanan dapat di sajikan sebagai berikut.

**Tabel 4.10**  
**Hasil pengujian Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan**

Variabel	No item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,475	0,361	Valid
	2	0,566	0,361	Valid
	3	0,362	0,361	Valid
	4	0,574	0,361	Valid
	5	0,843	0,361	Valid
	6	0,776	0,361	Valid
	7	0,707	0,361	Valid
	8	0,760	0,361	Valid
	9	0,617	0,361	Valid
	10	0,560	0,361	Valid
	11	0,492	0,361	Valid
	12	0,550	0,361	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa seluruh item variabel Kualitas Pelayanan dapat dikatakan valid. Hal ini dibuktikan dari hasilperhitungan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif. Hasil penguji untuk instrumen Kepuasan Konsumen dapat di sajikan sebagai berikut.

**Tabel 4.11**  
**Hasil pengujian Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen**

Variabel	No item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen(Y)	1	0,518	0,361	Valid
	2	0,516	0,361	Valid
	3	0,674	0,361	Valid
	4	0,661	0,361	Valid
	5	0,515	0,361	Valid
	6	0,554	0,361	Valid
	7	0,533	0,361	Valid
	8	0,551	0,361	Valid
	9	0,718	0,361	Valid
	10	0,529	0,361	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukan bahwa seluruh item variabel Kualitas Pelayanan dapat dikatakan valid. Hal ini dibuktikan dari hasilperhitungan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif. Setelah uji validitas seluruh variabel telah terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya untuk mengetahui apakah suatu instrument dapat dipergunakan lebih lanjut atau tidak, sehingga kuesioner terlebih dahulu di uji cobakan untuk mengetahui keandalanya. Pengukuran realibilitas digunakan rumus *Cronbach Alpha*, yang dihitung dengan bantuan program SPSS Versi 16.0. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik

*cronbach alpha*( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60.<sup>8</sup>

**Tabel 4. 12**  
**Hasil uji Reabilitas**

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Cronbach Alpha yang disyaratkan	keterangan
Citra Toko (X1)	10	0,909	>0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	12	0,844	>0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	10	0,774	>0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas dapat di ketahui bahwa semua instrumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60. Artinya instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

#### F. Uji Asumsi Klasik

Setelah diadakan uji validitas dan reliabilitas dengan tujuan memeriksa agar tidak terjadi penyimpangan data kuesioner atau data angket, ternyata diperoleh hasil bahwa semua pertanyaan telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas, sehingga tahap selanjutnya adalah melakukan uji penyimpangan asumsi klasik. Berdasarkan hasil pengujian gejala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas Data

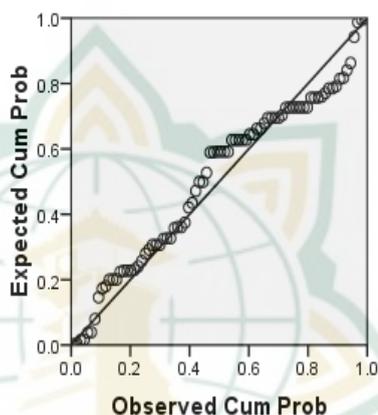
Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti yang diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dengan *normality probability plot*. Hasil SPSS sebagai berikut.

<sup>8</sup>Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 98.

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas Data**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN



Sumber: Data Primer yang telah olah (2019)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normal. Dengan demikian uji normalitas terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan untuk penelitian.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Pengujian multikolinieritas dilihat dari besaran VIF (*variance inflation factor*) dan *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance*.

Pedomansuatu model yang bebas Multikoliniearitas yaitu mempunyai nilai *tolerance*  $> 0,10$  atau dan nilai *VIF*  $< 10$ . Hasil analisis diperoleh nilai *tolerance* dan *VIF* (*variance inflationfactor*) untuk masing-masing variabel seperti yang tercantum pada tabel.<sup>9</sup>

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Collinearity Statistic	
	Telerance	VIF
Citra toko	0,583	1,714
Kualitas Pelayanan	0,583	1,714

Sumber : Data primer yang telah diolah (2019)

Dari tabel diatas terlihat pada uji mutikolinieritas dapa tdiketahui bahwa masing–masing variabel mempunyai nilai *Tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *VIF*  $< 10$ . Dengan demikian dapat dikatakan model regresi yang digunakan dapat dinyatakan bebas dari masalah multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

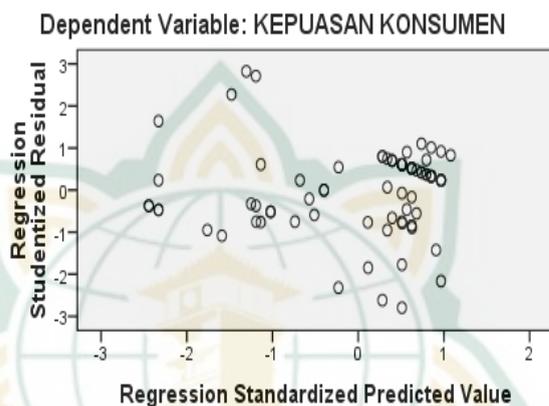
Uji heterokedasitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedasitas.<sup>10</sup>

<sup>9</sup>Imam Ghazali, *Analisis Multivariate*, 105.

<sup>10</sup>Imam Ghazali, *Analisis Multivariate*, 139.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedasitas**

Scatterplot



Sumber: data primer yang telah dioalah (2019)

Pada uji heteroskedasitas yang melihat grafik plot, terlihat bahwa titik-titik tersebut tidak ada pola yang jelas serta menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedasitas.

## G. Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis statistik yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS versi 16.0. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel dibawah :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.585	3.744		2.560	.012		
CITRA TOKO	.412	.118	.397	3.495	.001	.583	1.714
KUALITAS PELAYANAN	.276	.103	.305	2.687	.009	.583	1.714

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat di peroleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$9,585+0,412 X_1 + 0,276 X_2 + e$$

**Keterangan**

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

B1 = Koefisien Regresi Citra Toko Dengan Kepuasan Konsumen

B2 = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.

X<sub>1</sub> = Citra Toko

X<sub>2</sub> = Kualiatas Pelayanan

e = Faktor Error

- a) Konstanta adalah nilai sifatnya tetap. Nilai konstanta (a) sebesar 9,585 artinya jika variabel citra toko (X1), dan kualitas pelayanan (X2) nilainya adalah 0(nol) maka kepuasan konsumen (Y) akan berada pada angka 9,585. Jadi jika tanpa dipengaruhi dua variabel independen yaitu citar toko dan kualitas

pelayanan maka variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 9,585.

- b) Nilai koefisien regresi (X1) dari perhitungan linier berganda (X1) sebesar  $b_1=0,412$  artinya jika citra toko mengalami kenaikan sebesar 100% maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 41,2% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara citra toko dengan kepuasan konsumen, semakin naik citra toko maka kepuasan konsumen semakin naik.
- c) Nilai koefisien regresi (X2) dari perhitungan linier berganda (X2) sebesar  $b_2= 0,276$  artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan 100% maka kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 27,6% dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen akan naik.
- d) Faktor eror dalam hal ini adalah variabel *independen* lain di luar dari model regresi yang di teliti.

## 2. Uji T (Signifikansi Prameter Parsial)

Uji t menggunakan uji dua arah, maka  $t_{tabel}$  di carai pada  $\alpha/2$  (0,1) dan derajat (df) =  $n - k$  (  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel yang di teliti).<sup>11</sup> perhitungan  $t_{tabel}$  adalah sebagai berikut:

$$T_{tabel} = t \left( \frac{\alpha}{2}; n- k \right) = t \left( \frac{0,05}{2}; 82-2 \right) = t ( 0,025 ; 80 ) \\ = 1,99006$$

Untuk mengetahui pengaruh secara individual Variabel X terhadap Variabel Y digunakan uji parsial (uji t). Hasil yang digunakan secara parsial sebagaimana tabel 4.16.

---

<sup>11</sup>Sugiyono , Statistik Untuk Penelitian, cetakan ke- 26, (Bandung: Alfabeta, 2015), 230-231

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.585	3.744		2.560	.012
	CITRA TOKO	.412	.118	.397	3.495	.001
	KUALITAS PELAYANAN	.276	.103	.305	2.687	.009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Suber : Data primer yang telah diolah (2019)

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji T**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig < 0,05	Keterangan
Citra Toko ( X1)	3,495	1,99006	0,001	Berpengaruh positif dan signifikan
Kualitas Pelayanan (X2)	2,687	1,99006	0,009	Berpengaruh positif dan signifikan

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2019

- a) Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk menguji pengaruh citra toko terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan pengujian secara parsial (uji t) dengan terlebih dahulu menyusun hipotesis yang akan di uji yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yaitu sebagai berikut :

- (1)  $H_0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara citra toko terhadap kepuasan konsumen.
- (2)  $H_1$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara citra toko terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$ . Hasil pengujian citra toko terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  3,495 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,99006 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang berada di bawah 5% atau 0,05 tingkat signifikansi ( $0,001 < 0,05$ ). Ini berarti nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,495 > 1,99006$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara citra toko terhadap kepuasan konsumen pada toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus terbukti signifikan dan diterima.

b) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan pengujian secara parsial (uji t) dengan terlebih dahulu menyusun hipotesis yang akan di uji yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_2$ ) yaitu sebagai berikut :

- (1)  $H_0$  : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas terhadap kepuasan konsumen.
- (2)  $H_2$  : terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kemudian membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$ . Hasil pengujian citra toko terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  2,687 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,99006 dan nilai signifikansi sebesar 0,009 yang berada di bawah 5% atau 0,05 tingkat signifikansi ( $0,009 < 0,05$ ). Ini berarti nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $2,687 > 1,99006$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus terbukti signifikan dan diterima.

### 3. Uji F ( Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (citra toko dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  ditolak.  $F_{tabel}$  di cari pada  $k = 2$  derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - k$  ( $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen).<sup>12</sup>

Perhitungan  $F_{tabel}$  adalah sebagai berikut :

$$F_{tabel} = (k;n - k) = F(2; 82-2) = F(2; 80) = 2,370$$

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	475.491	2	237.746	27.045	.000 <sup>a</sup>
	Residual	694.460	79	8.791		
	Total	1169.951	81			

A. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Toko

B. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

<sup>12</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, cetkan ke 26( Bandung: alfabeta, 2015)274.

Berdasarkan tabel di atas diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 27,045 dengan signifikan 0,000. Nilai signifikan menunjukkan bahwa taraf signifikan tersebut lebih dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $27,045 > 2,370$ ) yang berarti bahwa citra toko dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika  $R^2$  semakin besar maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika  $R^2$  semakin kecil, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Besarnya kontribusi variabel bebas yaitu stres kerja serta konflik kerja secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ).<sup>13</sup> Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 <sup>a</sup>	.406	.391	2.965

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Citra Toko

Sumber : Data Primer yang diolah (2019)

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai  $R^2$  square sebesar 0,406, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel citra toko (X1) dan kualitas

<sup>13</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 164.

pelayanan (X2) secara simultan (bersama-sama) terhadap Y adalah sebesar 40,6 %. Sedangkan sisanyab (59,4%) dapat dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

## H. Pembahasan Hasil Penelitian

Responden terdiri atas konsumen di toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus untuk memperoleh data penelitian dilakukan penyebaran kuesioner pada konsumen di toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus sebanyak 82 konsumen.

### 1. Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai hitung untuk variabel citra toko memiliki signifikan 0,001 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,495 dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,99006, karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang menggambarkan citra toko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rzqi Mulia Pasar Kliwon Kudus.

Dari signifikan parameter individual (uji statistik) dalam tabel koefisien menunjukan bahwa nilai koefisien regresi citra toko sebesar 0,412 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan yaitu 0,05. Hal ini menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan pada citra toko (X1) sebesar 100% maka kepuasan konsumenn (Y) juga nmengalami kenaikan sebesar41,2%,dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap atau konstan. Koefisien nilai positif artinya terjadi hubungan positif antara citra toko dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tjahjaningsih, dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa citra toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

sebesar 50,8%.<sup>14</sup> Citra toko dalam penelitian ini diartikan sebagai kesan positif dan meningkatkan kepuasan konsumen. Citra toko pandangan atau persepsi masyarakat terhadap nama atau produk toko secara efektif baik dari segi nilai, kualitas dan harga.<sup>15</sup> Dengan membangun citra toko yang baik dimata pelanggan maupun publik dan citra toko sangatlah penting dalam dunia berbisnis karena citra toko sangatlah penting dalam menjalankan usahanya. Pelanggan juga dapat menginterpretasikan pesan dan keunggulan kompetitif dan komunikasi yang ditawarkan kepada konsumen.<sup>16</sup> Kepuasan konsumen merupakan kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus.<sup>17</sup> Apabila citra toko di Toko Rizqi Mulia Pasar Kliwon Kudus mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen pelanggan juga mengalami kenaikan.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kuliatas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} 0,276$  dengan  $t_{tabel}$  sebesar 0,009. Karena nilai

---

<sup>14</sup>Endang Tjahjaningsih, “Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang)”, *media ekonomi dan manajemen* 28, no 2 (2017). 20, diakses pada 07 juli,2019,<https://jurnal.untagsmg.ac.id>

<sup>15</sup>Ester,Y. Bulele “Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado,” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no.03 (2016), diakses pada tanggal 10 Februari, 2019, <https://ejournal.unsrat.ac.id>.

<sup>16</sup>Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 111

<sup>17</sup>Sudaryono , *Manajemen Pemasaran* ( Yogyakarta: CV Andi :2016), 80

signifikan lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_2$  diterima. Hal ini menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan pada kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 100% maka kepuasan konsumen ( $Y$ ) juga mengalami kenaikan 27,6% dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Semakin naik kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen semakin naik. Selain dibuktikan dari hasil hipotesis ternyata  $t_{hitung} 2,687 > t_{tabel} 1,990$  artinya menolak  $H_0$  dan menerima  $H_2$  bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya Erwina Safitri, Mintarati Rahayu, dkk bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dalam penilaian ini adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasta maka yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan.<sup>18</sup> Maka dari itu kualitas pelayanan berpengaruh bagi konsumen karena konsumen itu adalah raja, jadi sebagai karyawan harus bisa melayani konsumen dengan seramah mungkin dan tidak membedakan dengan status sosial.

### **3. Pengaruh Citra Toko Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Kepuasan kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa sesuai atau terpenuhi dengan

---

<sup>18</sup>Erwina Safitri, Mintarati Rahayudan dkk, Pengaruh kualitas Pelayanan dan Citra Toko Terhadap Kepuasan pelanggan dan loyalitas Service center (studi Pada Pelanggan samsung service center Kota Malang, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 21, No. 1(2016)92, diakses pada 28 Februari 2019 <https://ojs.unud.ac.id>

penampilan dari produk dan jasa.<sup>19</sup> Hasil uji regresi menunjukan hasil signifikan pada variabel citra toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yakni sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai toleransi 0,05 dibuktikan dari hipotesis yang diperoleh  $F_{tabel} = 27,045$  sedangkan  $F_{hitung} = 2,370$  sehingga dari perhitungan diatas dapat diakui bahwa  $F_{tabel} > F_{hitung}$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima hal ini berarti bahwa citra toko serta kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap kepuasan konsumen dan besarnya kontribusi variabel bebas yaitu citra toko dan serta kualitas pelayanan secara bersama - sama terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi dengan nilai  $R^2$  diperoleh 0,406. Hal ini berarti bahwa besarnya pengaruh citra toko dengan kualitas pelayanan bagi kepuasan konsumen adalah sebesar 40,6%. Sedangkan sisanya 59,4% disebabkan variabel lain diluar penelitian.

Pada pengujian hipotesis ketiga bahwa citra toko saerta kualitas pelayanan secara simulatan memberi pengaruh positif terhadap citra toko serta kualitas pelayanan yang dialami konsumen akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas jika citra toko dan kualitas pelayanan sangat baik.

---

<sup>19</sup>Sudaryono , *Manajemen Pemasaran* ( Yogyakarta: CV Andi :2016), 80