

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia, setiap tahun jumlah kelahiran bayi terus meningkat. Menurut data Biro Pusat Statistik, tingkat tren angka kelahiran (TFR) dalam kurun waktu 10 tahun terakhir masih mencapai 2,6, jauh dari target pemerintah sebesar 2,1. Angka ini menunjukkan dari seorang ibu yang subur melahirkan rata-rata 3 orang anak. Menurut sensus kelahiran penduduk di tahun 2012 angka kelahiran mencapai 5 juta jiwa, sedangkan balita (bawah lima tahun) ada 17,2 juta bayi. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar kebutuhan bayi dan balita sangat potensial.

Sejak seorang bayi dilahirkan, seorang ibu tentu sudah mempersiapkan berbagai keperluan dan perlengkapannya. Mulai dari pakaian, selimut, tempat tidur, bak mandi, dan lainnya. Tak hanya itu, bagi ibu yang produksi asinya sedikit tentu perlu membeli susu formula sebagai penambah air susu ibu (ASI). Hal ini menjadi peluang bisnis bagi pelaku usaha perlengkapan bayi. Di Indonesia, khususnya kota Palembang terdapat banyak toko-toko ritel yang menjual perlengkapan untuk bayi dan balita. Ada toko perlengkapan bayi yang hanya menjual kebutuhan primer seperti makanan, minuman bayi, pakaian bayi dan balita. Ada juga toko perlengkapan bayi yang menjual kebutuhan primer dan sekunder yang seperti tempat mainan untuk balita, dan alat mainan untuk bayi dan balita.

*Clemen Baby Shop* merupakan salah satu tempat usaha yang menjual berbagai macam perlengkapan kebutuhan primer dan sekunder untuk bayi sampai balita seperti biskuit bayi, susu bayi, pakaian bayi, alat makan dan minum untuk bayi, meja dan tempat duduk untuk bayi, popok bayi, handuk, botol susu bayi, dot bayi, alat mainan untuk bayi, tempat mainan untuk bayi yang beranjak menjadi balita, bak mandi untuk bayi dan balita, dan lain-lain. *Clemen Baby Shop* ini berada di jalan Bambang Utoyo kota Palembang. Letak *Clemen Baby Shop* ini sangat strategis, karena terletak di pinggir jalan yang dapat dilewati oleh mobil, motor, sepeda maupun pejalan kaki sehingga mudah diakses oleh masyarakat Palembang.

Walaupun *Clemen Baby Shop* masih baru, toko perlengkapan bayi ini sudah lumayan banyak memiliki pelanggan-pelanggan yang sering datang dan membeli produk/barang yang disediakan. Karena sebelum *Clemen Baby Shop* dibuka, si pemilik toko sudah melakukan promosi lewat media sosial dan menyebarkan brosur ke relasi, teman-temannya maupun tetangganya. Di media sosial seperti *facebook* maupun *instagram* tersebut, si pemilik memasukkan foto-foto barang/produk yang dijualnya, memasang alamat, nomor telepon/hp yang dapat dihubungi sehingga jika ada orang-orang yang berminat, bisa langsung memesan lewat media sosial itu atau menghubungi lewat telepon/hp *Clemen Baby Shop*.

Menurut hasil wawancara dengan si pemilik toko, dia akan langsung ke tempat sana untuk melihat-lihat produk/barang yang dia

inginkan untuk dijual di tokonya, kemudian dia akan memesan produk/barang tersebut dan meminta pada distributor itu untuk mengirimkan ke tokonya lewat telepon atau media sosial. Sistem pembayaran di *Clemen Baby Shop* dapat menggunakan uang tunai maupun kartu kredit/ATM, dan ada penggunaan kartu tertentu yang akan mendapatkan diskon jika membeli produk/barang tertentu dengan nominal uang yang ditetapkan.

Kemudian mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh *Clemen Baby Shop*, dari hasil wawancara dengan Ibu Novianti sebagai pemilik toko, ternyata ada beberapa masalah yang terkadang menyulitkan *Clemen Baby Shop*. Pertama, masalah mengenai kualitas produk, terutama bagi produk susu bayi, misalnya produk susu yang disediakan, belum tentu cocok pada semua bayi, ada bayi tertentu yang cocok dan ada yang tidak cocok sampai menyebabkan bayi tersebut sering batuk, diare, muntah, alergi pada kulit dan lain-lain. Jadi bagi bayi yang tidak cocok, produk susu itu harus diganti dengan yang lain. Maka pemilik *Clemen Baby Shop* mengganti produk susu tersebut dengan susu formula khusus. Seperti produk susu NAN HA atau Enfa HA. Produk ini mengandung hidrolisat protein parsial yang biasanya digunakan untuk bayi yang beresiko alergi atau untuk mencegah alergi. Kemudian bagi bayi yang menderita alergi pada susu sapi, pemilik *Clemen Baby Shop* menggantinya dengan produk susu seperti isomil, nutrisoya, prosobee dan lain-lain. Selanjutnya, bagi produk bedak untuk bayi, terkadang ada bayi yang tidak cocok dengan

produk bedak bayi yang biasa digunakan oleh bayi lain dan malah dapat menyebabkan alergi pada kulit bayi. Maka bagi bayi yang alergi kulit, pemilik *Clemen Baby Shop* mengganti produk bedak itu menjadi produk bedak hipoalergenik yang khusus dibuat dengan tekstur lembut dan tidak menyebabkan hipersensitivitas.

Kedua, masalah mengenai kualitas layanan, karena *Clemen Baby Shop* hanya memiliki 1 kasir, maka pada saat *Clemen Baby Shop* sedang ramai pengunjungnya, sering membuat pelanggan menunggu lama saat mengantri untuk melakukan transaksi pembayaran, sehingga membuat banyak pelanggan yang mengeluh karena harus menunggu lama baru bisa membayar. Maka itu, pemilik *Clemen Baby Shop* berencana jika usahanya sudah lumayan berkembang untuk menambah meja kasir lagi agar pelayanan transaksi pembayaran bisa lebih cepat dan tidak membuat pelanggan menunggu terlalu lama.

Ketiga, masalah mengenai suasana toko, karena ruangan *Clemen Baby Shop* tidak terlalu besar dan lorongnya kecil karena rak produk/barangnya terlalu banyak dan padat, pada saat *Clemen Baby Shop* ramai pengunjungnya, para pelanggan tersebut harus berdesakan ketika mereka sedang mencari produk/barang yang ingin mereka beli. Sehingga terkadang ada beberapa pelanggan *Clemen Baby Shop* yang malas untuk membeli produk/barang *Clemen Baby Shop* jika sedang ramai. Maka itu, pemilik *Clemen Baby Shop* berencana jika usahanya sudah lumayan berkembang untuk memperluas ruangan toko dan memberikan

celah/lorong yang lebih luas agar para pelanggan *Clemen Baby Shop* tidak berdesakan saat membeli produk/barang.

Berikut ini adalah data penjualan *Clemen Baby Shop* tahun 2016:

**Tabel 1.1**

**Data penjualan *Clemen Baby Shop* tahun 2016**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan</b>
Februari	Rp 21.843.500
Maret	Rp 39.376.300
April	Rp 63.564.100
Mei	Rp 68.916.000
Juni	Rp 65.572.500
Juli	Rp 68.406.000
Agustus	Rp 66.761.000
September	Rp 67.287.400
Oktober	Rp 74.287.500

Sumber: Ibu Novianti, pemilik *Clemen Baby Shop*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa penjualan pada *Clemen Baby Shop* kebanyakan mengalami peningkatan penjualan daripada penurunan penjualan. Pada awal bulan memang bisa dilihat kalau pendapatan *Clemen Baby Shop* kecil, tapi semakin lama pendapatan *Clemen Baby Shop* mengalami peningkatan, walaupun ada beberapa yang tidak stabil. Total penjualan *Clemen Baby Shop* pada tahun 2016 adalah Rp 536.014.300. Menurut data pengunjung di *Clemen Baby Shop*

diperkirakan dalam sehari ada 10-an pelanggan yang datang membeli maupun memesan lewat telepon.

Di samping itu, ada beberapa toko yang menjual perlengkapan bayi yang sama dengan *Clemen Baby shop* di kota Palembang.

**Tabel 1.2**

**Toko perlengkapan bayi di Palembang**

<b>Nama Toko</b>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Kualitas Layanan</b>	<b>Suasana toko</b>
<i>Yulis Baby Shop</i>	Barangnya bervariasi dan lengkap	Lumayan baik, lumayan cepat, pegawai tokonya kurang bisa menjelaskan dengan baik mengenai barang/produk yang dicari/diinginkan konsumen	Kurang nyaman karena lantainya tidak rata, sehingga terkadang menyebabkan orang tersandung. Suhu ruangannya dingin, ruangannya rapi dan bersih. Tataan barangnya rapi

<i>Melody Baby Shop</i>	Barangnya bervariasi, tapi kurang lengkap	Lumayan cepat, tapi kurang ramah, pegawai tokonya agak pelit untuk menjelaskan produk/barang yang dijualnya	Tataan barangnya agak berantakan, ruangannya terlihat agak kotor. Suhu ruangannya tidak dingin
<i>Warna-warni Baby Shop</i>	Barangnya bervariasi dan lengkap	Lumayan cepat, ramah, pegawai tokonya kurang bisa menjelaskan dengan baik mengenai barang/produk yang dijualnya	Ruangannya luas, bersih, dan nyaman. Suhu ruangannya dingin, tataan barangnya rapi

Sumber: hasil observasi dari peneliti

Berdasarkan dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa di antara ketiga toko perlengkapan bayi tersebut, mereka sama-sama mempunyai pegawai toko yang kurang berpengetahuan mengenai produk/barang yang dijual. Karena kebanyakan, yang mempunyai pengetahuan mendalam mengenai produk/barang yang dijual adalah si pemilik toko. Dapat dilihat juga hanya

di *Melody Baby Shop* yang pelayanannya kurang ramah dan tataan barangnya agak berantakan serta ruangnya agak kotor.

Cara *Clemen Baby Shop* memastikan produk/barang yang dijualnya aman untuk dikonsumsi atau digunakan yaitu: Pertama, untuk produk/barang yang dikonsumsi seperti biskuit, susu bayi dan sebagainya, si pemilik toko akan mengecek tanggal kadaluarsanya kapan. Jika tanggal kadaluarsanya sudah lewat, si pemilik toko akan membuang produk/barang tersebut. Kedua, untuk produk/barang yang digunakan seperti pakaian, handuk, alat mainan bayi dan balita, dan sebagainya, si pemilik toko akan mengecek dulu apakah kardus dan segel plastik pembungkusnya masih dalam keadaan bagus atau tidak. Jika kardus dan segel plastik pembungkusnya tidak dalam keadaan bagus, maka dia akan mengembalikan produk/barang tersebut ke distributor.

Distributor yang menjual perlengkapan bayi itu pun dikenal dari orang yang dipercaya yang sudah pernah membuka bisnis perlengkapan bayi dan berlangganan dengannya. Jadi bisa dipastikan kalau produk/barang di *Clemen Baby Shop* aman untuk digunakan. Selain itu, letak *Clemen Baby Shop* yang berada di dekat perumahan membuat masyarakat di sekitar sana yang membutuhkan dan mau membeli perlengkapan untuk bayi dan balitanya tidak perlu repot-repot pergi ke toko lain. Mereka hanya tinggal perlu sedikit berjalan kaki dari rumahnya ke *Clemen Baby Shop*.

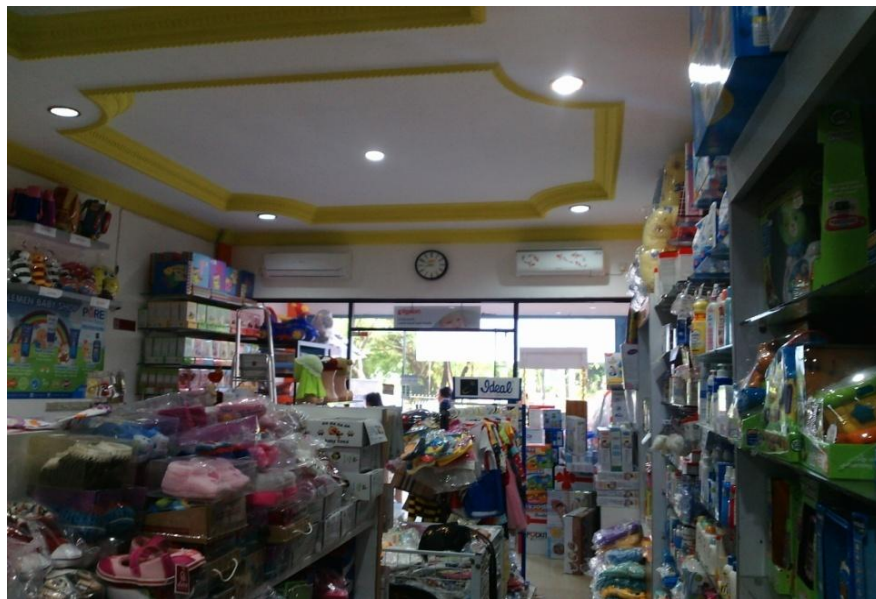


Cara *Clemen Baby Shop* melayani pelanggan adalah: Pertama, ketika pelanggan datang para pegawai toko *Clemen Baby Shop* akan mendekati dan menyapa pelanggan tersebut dengan ucapan “selamat pagi/siang/sore/malam, ibu/pak”. Kedua, pegawai toko *Clemen Baby Shop* akan menanyakan apa yang sedang dicari/diinginkan pelanggan tersebut. Ketiga, setelah pelanggan tersebut mengatakan mengenai barang yang sedang dicari/diinginkannya, si pegawai toko akan mengantar pelanggan itu ke tempat rak barang/produk tersebut. Keempat, ketika pelanggan menanyakan mengenai penjelasan produk/barang yang mau dibelinya, maka si pemilik toko akan mendatangi pelanggan tersebut dan menjelaskan produk/barang yang ditanyakan pelanggan tersebut (para pegawai toko kurang bisa menjelaskan dengan baik, karena mereka tidak mempunyai pengetahuan yang mendalam mengenai produk/barang tersebut. Jadi si pemilik tokolah yang menjelaskannya kepada pelanggan). Kelima, ketika pelanggan membayar produk/barang tersebut di kasir, selesai mereka melakukan transaksi pembayaran dan menerima struk belanja dan uang kembalian, maka para pegawai dan si pemilik toko akan mengucapkan “terima kasih” dengan wajah tersenyum.

Suasana di ruangan *Clemen Baby Shop* tampak bersih, rapi, dan nyaman. Suhu ruangnya dingin, karena menggunakan *Air Conditioner* (AC). Tataan barangnya rapi, dan diletakkan di dalam rak kayu dan rak kaca. Meja kasirnya berada di dekat pintu masuk. Warna dindingnya putih dan lampu penerangannya putih. Di dindingnya ditempel beberapa poster

produk bayi yang dijualnya. Di *Clemen Baby Shop* juga memutarakan musik lagu barat anak-anak agar membuat perasaan pelanggan yang datang ke sana lebih nyaman dan tenang. *Clemen Baby Shop* menyediakan tempat parkir di depan tokonya, agar pelanggan tidak perlu susah-susah mencari tempat parkir yang lain.

**Berikut ini adalah foto suasana di *Clemen Baby Shop***



Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan pada *Clemen Baby shop* di kota Palembang”**.

## **B. Perumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Clemen Baby Shop* di kota Palembang?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Clemen Baby Shop* di kota Palembang?
3. Apakah suasana toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Clemen Baby Shop* di kota Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan tertentu yaitu:

1. Untuk membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan di antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *Clemen Baby Shop* di kota Palembang.
2. Untuk membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan di antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Clemen Baby Shop* di kota Palembang.
3. Untuk membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan di antara suasana toko terhadap kepuasan pelanggan pada *Clemen Baby Shop* di kota Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi pemilik/pengelola *Clemen Baby Shop*

Dapat memberikan informasi yang dapat dijadikan sebagai referensi atau masukan dalam menyusun strategi untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Akademisi

Dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi referensi tambahan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama dengan penelitian ini.

#### **E. Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat kota Palembang yang pernah melakukan pembelian produk/barang di *Clemen Baby Shop*. Sedangkan waktu penelitian yang dijadwalkan adalah dari tanggal 1 oktober 2016 hingga penelitian selesai.

## **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Cooper (2006:251), studi kasus adalah suatu metodologi riset yang sangat bermanfaat yang menggabungkan wawancara individu dan (kadang kala) kelompok dengan analisis rekaman dari observasi. Peneliti mencari informasi dari brosur perusahaan/toko, laporan tahunan, data penjualan, serta dengan hasil dari observasi langsung dan wawancara dengan pemilik perusahaan/toko.

## **2. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian dalam studi kasus ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian di *Clemen Baby Shop*.

## **3. Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan *Clemen Baby Shop* di kota Palembang.

## **4. Jenis Data Penelitian**

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah:

### **a. Data primer**

Data primer merupakan hasil jawaban kuesioner dari responden *Clemen Baby Shop* di kota Palembang.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari data *Clemen Baby Shop*. Misalnya seperti data produk/barang, struktur organisasi, data penjualan dan lain-lain.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:118) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli dan menggunakan produk/barang *Clemen Baby Shop* di kota Palembang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:120) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang telah melakukan pembelian di *Clemen Baby Shop* yang berada di kota Palembang. Menurut Sugiyono (2010:129), bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampel dengan 500. Oleh karena itu peneliti menetapkan untuk mengambil sampel sebesar 100 responden. Dimana 30 kuesioner

akan disebarakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, apabila sudah *valid* dan *reliable* maka akan dilanjutkan dengan pembagian 70 kuesioner, sehingga jumlah kuesioner yang disebarakan sebesar 100 kuesioner. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan peneliti. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk/barang pada *Clemen Baby Shop* di kota Palembang. Kriteria atau orang-orang yang memenuhi syarat dari sampel ini adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan yang baru membeli dan melakukan pembelian ulang di *Clemen Baby Shop*
2. Pelanggan yang merasakan layanan yang diberikan di *Clemen Baby Shop*
3. Pelanggan yang memahami kualitas barang/produk yang dibeli di *Clemen Baby Shop*
4. Pelanggan yang memahami suasana di *Clemen Baby Shop*.

Penarikan dengan *purposive sampling* ini dilakukan dengan cara *Judgement sampling* yaitu penarikan sampel yang didasarkan pada karakteristik terhadap elemen populasi yang ditargetkan sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian studi kasus ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner. Isi

kuesioner yang digunakan berbentuk skala likert. Penyebaran kuesioner dilakukan di *Clemen Baby Shop* di JL. Bambang Utoyo No. 122 Palembang. Selain itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini juga berupa wawancara langsung yang dilakukan kepada pemilik *Clemen Baby Shop* dan dokumentasi *Clemen Baby Shop*. Penyebaran kuesioner dilakukan di *Clemen Baby Shop* di JL. Bambang Utoyo No. 122 Palembang pada tanggal 20 Desember 2016 sampai dengan 30 Januari 2017. Butir-butir pernyataan di dalam kuesioner diambil dari artikel jurnal dan dikembangkan oleh peneliti.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk mengukur kualitas produk dalam kuesioner diambil dari jurnal Nikita Prisilia Gunadi (2015). Dari jurnal tersebut diambil 5 indikator kualitas produk: *perceived quality*, *reliability*, *feature*, *durability*, *aesthetic* dan butir pernyataannya dikembangkan oleh peneliti. Menurut Tjiptono (2006) kualitas layanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Untuk mengukur kualitas layanan dalam kuesioner diambil dari jurnal Chung-Sub Shin, Gyu-Sam Hwang, Hye-Won Lee, Sun-Rae Cho



(2015) dan M.Saleh Lubis (2013). Dari jurnal Chung-Sub Shin, Gyu-Sam Hwang, Hye-Won Lee, Sun-Rae Cho (2015) diambil 1 butir pernyataan: *reliability* dan dari jurnal M.Saleh Lubis (2013) diambil 4 indikator kualitas layanan: *tangible, responsiveness, assurance, empathy* yang kemudian dikembangkan oleh peneliti.

Menurut Utami (2010:168) suasana toko adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan juga untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang. Untuk mengukur suasana toko dalam kuesioner diambil dari jurnal Chung-Sub Shin, Gyu-Sam Hwang, Hye-Won Lee, Sun-Rae Cho (2015). Dari jurnal tersebut diambil 5 butir pernyataan: *interior and style, indoor ornaments, arrangement of furniture, indoor illumination, freshness of indoor facilities*. Menurut Mowen dan Minor (2011:89) kepuasan pelanggan adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa yang diperoleh dan digunakannya. Untuk mengukur kepuasan pelanggan diambil dari jurnal Chung-Sub Shin, Gyu-Sam Hwang, Hye-Won Lee, Sun-Rae Cho (2015). Dari jurnal tersebut diambil 3 butir pernyataan: *satisfaction toward product, satisfaction toward atmosphere, satisfaction of service*.

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Validitas Data

Menurut Ghozali (2013:45) tingkat validitas data dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung pada tabel *correlations* pada total nilai *pearson correlation* untuk tiap indikator variabel dengan nilai  $r$  tabel. Data tersebut dikatakan *valid* jika  $r$  hitung  $>r$  tabel (pada taraf signifikan 5%). Jika hasil pengujian dirasa tidak *valid*, maka pernyataan tidak dipakai untuk alat pengumpulan data dalam penelitian.

### b. Uji Reliabilitas Data

Menurut Ghozali (2013:47) uji reliabilitas data merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Untuk menguji reliabilitas data dibutuhkan program aplikasi *Statistic For Social Source* (SPSS) yang nanti akan memberikan tabel *output* yang digunakan untuk menunjukkan hasil jawaban dalam bentuk angka. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

1. Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari *rule of thumb* 0,6 maka kuesioner tersebut dikatakan *reliable*
2. Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* lebih kecil dari *rule of thumb* 0,6 maka kuesioner tersebut dikatakan tidak *reliable*.

### c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi kriteria ekonometrika atau tidak terjadi penyimpangan dari asumsi *Ordinary Least Square* (OLS).

Uji asumsi klasik ini terdiri dari:

#### 1) Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013:110) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* dan statistik parametrik tidak dapat digunakan. Uji normalitas dapat dilihat dengan melihat angka probabilitas *Kolmogorov-Sminorv*. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal, dan sebaliknya jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

#### 2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2013:105) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika tetap, maka disebut Homoskedastisitas

dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Di dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan cara menggunakan uji statistik yaitu uji *glejser*. Menurut Ghozali (2006:143), uji *glejser* meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* yaitu sebagai berikut:

- a) Jika variabel independen secara statistik signifikan terhadap variabel dependen nilai absolut, maka terjadi heteroskedastisitas
- b) Jika variabel independen secara statistik tidak signifikan terhadap variabel dependen nilai absolut, maka terjadi homoskedastisitas.

### **3) Uji Multikolinearitas**

Menurut Imam Ghozali (2013:91) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel-variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antara variabel independen sama dengan nol.

- a) Jika antar variabel independen pada korelasi diatas 0,9 maka hal ini merupakan adanya multikolinearitas
- b) Multikolinearitas juga dapat dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolinearitasnya masih dapat ditoleransi
- c) Nilai *Eigen Value* berjumlah satu atau lebih, jika variabel independen mendekati 0 menunjukkan adanya multikolinearitas.

#### 4) Uji Hipotesis

##### a) Uji t

Menurut Ghozali (2009:49) uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial. Uji t biasanya berupa pengujian hipotesis yaitu sebagai berikut:

$H_0$ : variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen

$H_1$ : variabel independen mempengaruhi variabel dependen

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

**b) Uji F**

Menurut Ghozali (2009) uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 untuk tingkat signifikansi 5%, maka variabel independen secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 dengan tingkat signifikansi 5%, maka dapat dikatakan variabel independen secara bersama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**c) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2013:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya berfungsi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ditunjukkan dengan *R square* dalam model *Summary* yang dihasilkan oleh program SPSS. Nilai  $R^2$  yang lebih kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas.

#### d. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2013:58) alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan menggunakan tingkat signifikan 5%. Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

Bentuk persamaan analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

A = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Kualitas layanan

$X_3$  = Suasana toko

E = Standar error

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik agar model regresi tidak mengandung kesalahan.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, hipotesis penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang akan diteliti, dan juga uraian data sekunder yang didapat dari buku-buku atau jurnal.

### **BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/TOKO**

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum keadaan perusahaan/usaha toko yang meliputi profil singkat perusahaan/usaha toko, visi perusahaan/usaha toko, struktur organisasi, dan aktifitas perusahaan/usaha toko pada umumnya.

### **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menyajikan hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner yang telah disebarkan kemudian dianalisis sesuai dengan informasi yang telah diperoleh dari hasil pengelolaan data.

### **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini membahas tentang simpulan dan saran dari hasil penelitian.