

**PENGARUH HARGA, SUASANA TOKO, KUALITAS PRODUK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RITEL  
WAKAF PRODUKTIF MINI MARKET AL-KHAIBAR)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

NURMAULIDIYAH

NPM. 21701081419



UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

2021

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, suasana toko, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan studi kasus pada mini market Al-khaibar Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Malang dari Angkatan 2017-2020, Teknik pengambilan sampling menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 120 responden Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sedangkan Harga dan Suasana Toko secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sedangkan Suasana Toko secara langsung berpengaruh tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel intervening. Sedangkan Suasana Toko secara tidak langsung berpengaruh tidak signifikan.

Kata kunci: Harga, Suasana toko, Kualitas produk, kualitas layanan, Loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan

## **ABSTRACT**

This study aims to test and analyze the effect of price, shop atmosphere, product quality and service quality on customer loyalty through customer satisfaction as a case study at the Al-khaibar mini market. The population in this study were students of Malang Islamic University from the Class of 2017-2020, sampling technique. using purposive sampling method obtained a sample of 120 respondents. The method of data collection in this study used a questionnaire method. The data analysis technique in this study used path analysis. The results showed that product quality and service quality directly had a significant effect on customer satisfaction, while price and shop atmosphere directly had no significant effect on customer satisfaction. Price, Product Quality, and Service Quality directly have a significant effect on Customer Loyalty, while the Shop Atmosphere directly has an indirect effect on Customer Loyalty. Customer satisfaction directly has a significant effect on customer loyalty. Price, product quality and service quality indirectly have a significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. Meanwhile, shop atmosphere indirectly has no significant effect.

**Keywords:** Price, shop atmosphere, product quality, service quality, customer loyalty and customer satisfaction

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era sekarang persaingan di bidang ritel wakaf terbilang sangat kompetitif dan terus berganti seiring dengan perubahan teknologi dan budaya, serta kebutuhan pelanggan. Wakaf itu sendiri merupakan salah satu instrumen ekonomi islam yang bertujuan untuk redistribusi (penyaluran) pendapatan. Berbeda dengan zakat, pengelolaan wakaf harus menjaga agar aset wakaf kekal atau tidak habis. Hasil dari pengelolaan wakaf yang diberikan kepada mauquf alaih (penerima hasil wakaf) misalnya Imam masjid dan lain-lain. Peran utama dalam pengelolaan wakaf terletak pada nadzir wakaf baik dalam bentuk perseorangan maupun lembaga. Pengelolaan wakaf secara produktif di Indonesia sudah didukung oleh pemerintah dengan dikeluarkannya UU No 41 tahun 2004 mengenai pengelolaan wakaf secara produktif melalui Lembaga Keuangan Syariah.

Dalam penelitian ini lebih fokus mengenai bisnis retail waqaf produktif yaitu Mini market Al-khaibar agar mampu memberikan yang terbaik dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat ataupun pelanggan. Karena saat ini pelanggan semakin selektif ketika memilih dan menentukan produk yang dibutuhkan.

Adanya penutupan raksasa retail seperti Hero dan Giant di beberapa provinsi di Indonesia membuat sebagian besar masyarakat bertanya-tanya, Ada beberapa orang yang menduga dan mengatakan bahwa hal itu terjadi disebabkan

oleh pertumbuhan industri retail yang sangat cepat serta Menjamurnya pusat perbelanjaan di kota-kota besar kadang tidak diimbangi dengan peningkatan daya pembelian masyarakat. sehingga sejumlah toko-toko retail pun terlihat sepi,

Ada juga yang mengatakan penyebab dari toko retail sepi dan tutup ialah tidak mampu bersaingnya toko ritel di tengah maraknya *e-commerce*. Bergantinya kebiasaan belanja masyarakat dari datang ke toko menjadi belanja dari rumah, ini yang membuat toko ritel kehilangan pelanggan, dan berujung sepi dan merugi.

Penguasaan terhadap pasar merupakan hal yang sangat penting dari kegiatan-kegiatan pokok yang perlu di lakukan oleh para pelaku usaha khususnya retail waqaf dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, agar bisa berkembang, maka dari itu perlu perhatian besar terhadap kepuasan pelanggan sebagai alat bersaing karena pelanggan yang terpuaskan akan cenderung loyal terhadap usaha yang di miliki.

Ada Banyak unsur-unsur yang nantinya akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan salah satunya pengaruh harga suasana toko kualitas produk, dan tentunya kualitas layanan yang baik

Saat ini suasana toko menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi para pelanggan dalam memilih tempat untuk membeli suatu produk. Suasana yang nyaman juga menjadi pertimbangan tersendiri bagi pelanggan sebelum memutuskan untuk datang atau mengunjungi toko tertentu. bahkan tidak sedikit dari para pelanggan yang memilih berbelanja di sebuah toko dengan alasan

menyukai suasana pada toko yang bersangkutan, hal ini senada dengan penelitian yang diteliti Martha & Nurhadi (2015) dan Claudia (2015) yang menyatakan bahwa terdapat banyak kelompok dalam berbelanja lebih mempertimbangkan suasana yang ada di toko terlebih dahulu seperti pemandangan yang indah, suasana yang nyaman, tata letak barang yang mudah dijangkau, dan aktivitas yang tidak menyulitkan karena sempitnya ruang gerakan, sedangkan hasil *interview* peneliti terhadap beberapa pelanggan jika melihat suasana toko yang ada di mini market Al-khaibar rata-rata mengatakan masih kurang baik karena toko yang sempit terkadang membuat susah untuk berinteraksi dengan pelanggan lain serta terkadang banyak penumpukan produk yang ada di luar serta lahan parkir juga bisa dikatakan sempit dibandingkan dengan toko-toko retail lainnya seperti Alfamart, Super Indo DII, Kotler & Keller (2009) mengatakan identitas sebuah toko dapat dikomunikasikan kepada konsumen melalui dekorasi toko atau secara lebih luas dari suasananya. Suasana toko merupakan suatu komunikasi diam-diam yang ditunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ada di dalamnya. Apabila sebuah toko memiliki suasana yang baik, elegan, dan nyaman, maka toko tersebut dapat memberikan kelas sosial yang baik di mata pelanggan. Namun jika kesan positif berlangsung lama, maka toko tersebut akan dijadikan pilihan utama oleh para pelanggan untuk menggunakan jasa atau membeli produk di toko tersebut.

Harga juga menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan yang perlu dipertimbangkan dalam sebuah penerapan harga tersebut. Antara lain biaya, keuntungan praktik, perubahan keinginan pasar dan persaingan, dimana rendah

tingginya harga yang diberikan kepada pelanggan menjadi pengaruh terhadap laku atau tidaknya suatu produk yang dipasarkan, berdasarkan penelitian yang diteliti Martha dan Nurhadi (2015) dan Claudia (2015) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang positif yang dapat menjadi pertimbangan dalam suatu perbandingan, karena apabila melakukan kesalahan terhadap harga yang ditetapkan maka berakibat terhadap pada persaingan terhadap toko-toko sekitar yang memiliki usaha yang sama, harga yang ada di Mini market Al-khaibar setelah peneliti melakukan *interview* kepada beberapa teman yang sering melakukan pembelian harga di Mini market Al-khaibar bisa dikatakan beberapa produk bisa dikatakan terjangkau jika dibandingkan dengan toko-toko retail lainnya akan tetapi ada beberapa produk yang lebih mahal dari pada indomaret dan super indo seperti sabun dll, hal ini oleh karenanya penetapan harga oleh pelaku usaha harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi dimana persaingan usaha semakin ketat seiring dengan perkembangan zaman dan dilihat dari harga, pelanggan tentu akan mencari yang paling rendah di antara beberapa pilihan akan tetapi tidak lupa dengan kualitasnya yang memuaskan, baik dari kualitas produk maupun dari kualitas layanannya. Serta Suasana toko yang membuat pelanggan nyaman yang akan menjadikan pelanggan merasa puas dengan suasananya. Dari kepuasan pelanggan yang sudah terbentuk tentunya akan menimbulkan loyalitas dari pelanggan itu sendiri.

Menurut Weenas (2013:608), dapat dipahami bahwa kualitas produk merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini

senada dengan penelitian yang diteliti Martha & Nurhadi (2015) dan Claudia (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk yang baik akan menghasilkan nilai yang positif bagi kepuasan konsumen sehingga para konsumen akan loyal terhadap usaha yang dimiliki karena banyak orang lebih mengutamakan kualitas dibandingkan kuantitas khususnya pada bidang makanan dan minuman, sedangkan di mini market Al-khaibar setelah saya melakukan wawancara kepada beberapa pelanggan Mini Market Al-khaibar rata-rata mengatakan kualitas produknya baik serta lumayan banyak produknya jadi ada pilihan untuk membeli tapi kalau sudah stoknya habis terkadang lama untuk *Ready* Kembali, karena kualitas produk sangat berkaitan erat dengan kepuasan konsumen agar dapat memberikan dorongan khusus bagi para konsumen untuk menjalin hubungan suatu ikatan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan pelaku bisnis. Dengan adanya ikatan emosional yang baik memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan teliti keinginan dan kebutuhan spesifik konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman dari pelanggan yang mungkin kurang menyenangkan, kualitas produk harus selalu diiringi dengan kepuasan pelanggan agar pelanggan loyal terhadap produk baik dari segi produsen maupun konsumen karena terdapat beberapa keuntungan strategi bagi perusahaan akan pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan, keuntungan dari loyalitas pelanggan bersifat jangka panjang, semakin lama loyalitas seorang pelanggan, akan semakin besar keuntungan yang didapat oleh perusahaan dari seorang

pelanggan, karna pelanggan yang loyal akan menjadi aset jangka panjang yang sangat bernilai bagi suatu perusahaan atau organisasi.

Selain itu kualitas layanan juga merupakan suatu hal yang sangat penting dalam membuka suatu usaha, termasuk usaha retail. misalkan dengan layanan karyawan yang baik dalam melayani pembeli dapat mempengaruhi calon pembeli untuk membeli lagi ke toko tersebut. Menurut penelitian yang diteliti Martha & Nurhadi (2015) dan Claudia (2015) usaha toko ataupun mini Market dan sejenisnya tidak lepas dari kualitas layanan yang dilakukan oleh karyawan toko apabila konsumen dalam berbelanja mengalami kesulitan maka disitulah peran seorang karyawan dibutuhkan, apabila karyawan melakukannya dengan baik maka ada kepuasan tersendiri bagi konsumen begitu juga sebaliknya apabila karyawan melakukannya buruk maka ada rasa kecewa bagi konsumen. Sedangkan Ketika membeli produk di mini market al-khaibar, sebelum melakukan penelitian peneliti melakukan *interview* terhadap beberapa responden yang sering melakukan pembelian di Mini Market Al-khaibar menyatakan bahwa pelayanannya masih kurang baik di karnakan terkadang Ketika tidak ada uang kembalian pelanggan yang di suruh untuk menukarkan uangnya serta kurang ramah tidak ada penyambutan Ketika masuk ke mini market Al-khaibar, karena pelayanan yang baik dan memuaskan akan berdampak terjadinya pembelian yang berulang-ulang dan bisa meningkatkan penjualan dengan berdasarkan permasalahan-permasalahan yang terjadi diatas,

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan

Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Mini Market Al-Khaibar)”

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan berpengaruh Langsung Terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Apakah Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan berpengaruh Langsung Terhadap loyalitas pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai Variabel *Intervening*?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai Variabel *Intervening*.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa Pengaruh Harga, Suasana Toko, Kualitas produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan kepada manajemen khususnya Mini Market Al-Khaibar
2. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat sebagai acuan atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

- a. Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan sedangkan Harga dan Suasana Toko secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- b. Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan sedangkan Suasana Toko secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- c. Kepuasan Pelanggan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
- d. Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel intervening. Sedangkan Suasana Toko secara tidak langsung berpengaruh tidak signifikan.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Didalam penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya

- a. Penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Sedangkan warga sekitar mini Market Al-khaibar belum menjadi sampel dalam penelitian ini.
- b. Penelitian terbatas hanya pada 4 variabel independen yang digunakan didalam penelitian yaitu Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan. Dan salah satunya yaitu suasana toko tidak signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

### 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki agar penelitian yang berikutnya menjadi lebih baik dari penelitian ini. Saran yang bisa dipertimbangkan untuk penelitian yang selanjutnya adalah:

- a. Pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan objek penelitian lain yang memiliki populasi lebih banyak.
- b. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbaiki hasil penelitian yang tidak signifikan seperti suasana toko yang tidak berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dan mengganti variabel atau menambah variabel lain yang belum diteliti meliputi *Band image*, Lingkungan Fisik, dan Penataan Produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bachtiar, D. I., Tetap, D., & Sawunggalih, P. (2011). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. 7, 102–112
- Daryanto dan Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Loyalitas Konsumen*, Penerbit: Andi Yogyakarta
- Malhotra, Naresh K. 2006, *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*. Edisi Keempat. Jilid 2. PT Indeks. Jakarta
- Feranita Septiani D, 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Waroeng Jeans Cabang Jalan P. Antasari Kota Samarinda, *Journal Administrasi Bisnis*, Volume 6, No 1, 105-106.
- Ghofur M., 2017. “pengaruh harga, kualitas pelayanan, penataan produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol 6, No.10, 1-10.
- Hartanto dan andreani. 2019. “Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di de mandailing cafe Surabaya” ” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol 7, No.1, 2-9.
- Damayanti. 2015. “Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening studi pada konsumen produk “supermi” di kecamatan genuk semarang”. *Fakultas ekonomi universitas negeri semarang*
- Fitriyatul Bilgies A, 2016, Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 1, No. 1, 80-81.

- Sembiring, Suharyono, Kusumawati A, 2014, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol. 15 No. 1. 2-4.
- Hidayat. 2014. "Pengaruh *cafe atmosphere* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan kantin bersama fakultas ekonomi universitas jember". Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Andini. 2013 "analisis pengaruh suasana toko, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan". Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Kurniawan, Mudiantono, 2013, "Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian motor matic di raharjo motor, jepara" diponegoro *journal of management* Vol. 2 No. 3. 3-10.
- Kotler dan Amstrong, G 2012. Principles Of Marketing. 14th Edition Pearson International Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Singarimbun, Masri Dan Sofian Effendi. (2006). Metode Penelitian Survei (Editor), LP3ES, Jakarta.
- Malhotra, Naresh. 2014, *Basic Marketing Research. Pearson Education. England*
- Anwar S., 2016, Metodologi Penelitian Bisnis.CetakanKeenam. Jakarta Salemba Empat
- Dewanthi, 2015. "Peran Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Looyalitas Konsumen". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
- Riduwan dan Kuncoro, E. A. 2008. Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur). In *Bandung: Alfabeta*.