



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *SUPERMARKET*  
*CARREFOUR* DI KOTA MOJOKERTO**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Muhammad Mauludin Hertana Putra

21801081363



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2022**

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh: 1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. 2. Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. 3. Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik *non probability sampling* yang digunakan yaitu *accidental sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang sesuai dengan criteria pada penelitian. Penentuan sampel ini menggunakan rumus Malhotra dan diperoleh data sejumlah 68 sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *Supermarket Carrefour* Di Kota Mojokerto” dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga sangat Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

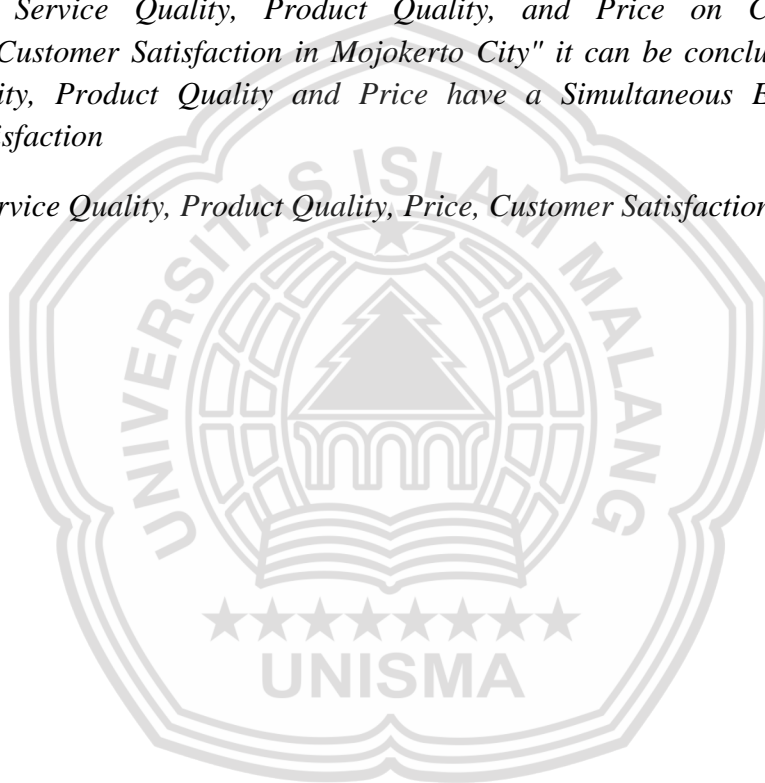
**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan



### ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of: 1. Quality of Service on Customer Satisfaction. 2. Product Quality Towards Customer Satisfaction. 3. Price Against Customer Satisfaction. The sampling technique used is a non-probability sampling technique used, namely accidental sampling, which is a sampling method that is in accordance with the criteria in the study. Determination of this sample using the Malhotra formula and obtained data of 68 samples. The data analysis technique used in this research is Multiple Linear Regression Analysis. Based on the results of research conducted by researchers with the title "The Influence of Service Quality, Product Quality, and Price on Carrefour Supermarket Customer Satisfaction in Mojokerto City" it can be concluded that Service Quality, Product Quality and Price have a Simultaneous Effect on Customer Satisfaction*

**Keywords:** *Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan usaha bisnis di Indonesia berkembang pesat secara konsisten, misalnya bisnis ritel mutakhir yang kini menjamur di berbagai daerah, terutama di perkotaan besar seperti Jakarta, Medan, Surabaya, Bandung, dan lain-lain. Selama waktu yang dihabiskan untuk mengumpulkan kebutuhan daerah setempat, cara paling umum untuk membeli barang dagangan adalah sederhana, dengan biaya yang masuk akal, dengan kantor dan administrasi yang memuaskan.

Tingginya minat masyarakat pada belanja dan hiburan di mall membuat pelaku bisnis ritel melihat peluang untuk mendulang keuntungan. Partikel terdekat, namun partikel asing saat ini juga membuat Indonesia menjadi tujuan yang mungkin. Bagian dari pengecer asing akan menjadi bahaya bagi pengecer lingkungan yang baru-baru ini membanjiri pasar.

Salah satu jenis retail masa kini yang mengisi dengan cepat di Indonesia adalah *Hypermarket* seperti *Transmart*, *Carrefour*, *Superindo*, *Hypermart*, *Lottemart*, *Hero* dan lain-lain. Bagi masyarakat Indonesia, berbelanja merupakan kebutuhan yang tidak dapat disangkal, terutama pada saat menghabiskan waktu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, para retailer berlomba-lomba untuk membuat mall yang nyaman dan dapat menarik pembeli untuk datang dan melakukan pembelian. Setiap pengecer akan menawarkan sesuatu yang berbeda dengan para pesaingnya.

Pembuat bersaing untuk bersaing sebanyak mungkin dengan pesaing. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya organisasi yang memproduksi barang dengan jenis dan kegunaan yang sama namun dengan biaya, kualitas barang, dan administrasi yang bervariasi. Pembeli juga lebih spesifik dan mendasar dalam memilih barang yang akan dibeli. Pelanggan saat ini tidak menerima barang berdasarkan pertimbangan penampilan sebenarnya, tetapi juga memasukkan semua bagian administrasi yang ditambahkan ke produk, dari tahap pembelian hingga tahap pasca-pembelian.

Adanya pertentangan ini membuat pengelola toko retail saat ini tidak hanya sekedar membuka toko dan merencanakan total produk, namun harus ditambah dengan administrasi yang lebih memuaskan pelanggan. Bahkan pertentangan yang terjadi saat ini tidak hanya melayani pembeli dalam memberikan berbagai kebutuhan sehari-hari, tetapi juga dalam memberikan tempat hiburan kepada keluarga. Sehingga daya tampung toko-toko saat ini telah bergeser, dari memberikan kebutuhan sehari-hari sebagai retail menjadi tempat pengalihan untuk mencari hiburan dan menghilangkan tekanan karena kesibukan atau jadwal kerja.

Kontes ekstrim membuat setiap *supervisor* toko harus mempertimbangkan setiap pilihan untuk memberikan layanan belanja dan hiburan yang lebih baik kepada pembeli. Peningkatan dalam administrasi belanja ini terus-menerus dicari oleh *supervisor*, sehingga toko umum dapat menawarkan dukungan berhenti berbelanja, tepatnya setelah mengunjungi rantai ritel semua kebutuhan dapat dipenuhi. Setiap perbaikan atau kemajuan

yang terus dilakukan oleh *supervisor* toko kelontong direncanakan untuk membuat pembeli lebih puas dan menjadi pembeli yang tabah.

Menurut (Nasution, 2015) ”Mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai.” Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Paling tidak tiga alasan yang biasanya mendorong perusahaan untuk melakukan pengukuran kepuasan konsumen. Pertama, tingkat persaingan yang semakin meningkat. Kedua, semakin besar investasi dan resources yang dicurahkan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan program kepuasan konsumen dan ketiga, harapan konsumen yang berubah dari waktu ke waktu.

Kepuasan konsumen tidak hanya menjadi tujuan perusahaan yang menghasilkan produk fisik, tetapi juga perusahaan yang bergerak di bidang jasa, termasuk jasa penjualan seperti *supermarket*. Begitu juga *supermarket* di Mojokerto juga menuntut kepuasan konsumen untuk dapat meraih pangsa pasar tertinggi di tengah ketatnya persaingan *supermarket*. Berbagai upaya dilakukan *supermarket* untuk memenangkan persaingan, yaitu dengan menyediakan fasilitas perbelanjaan dan fasilitas hiburan, seperti fasilitas bermain, restoran, tempat duduk, dan tempat parkir.

Berdasarkan persepsi penelitian, ada beberapa *Supermarket* di Mojokerto, termasuk *Carrefour*. *Carrefour* merupakan salah satu *Supermarket* yang berada di kota Mojokerto, *Carrefour* tidak hanya merupakan *convenience store* yang menyediakan kebutuhan sehari-hari tetapi juga memberikan hiburan untuk anak-anak seperti *Timezoon jungle* untuk anak-anak. selanjutnya memberikan desain yang sangat baik. Padahal, menurut persepsi penelitian, *Carrefour* di Mojokerto hanya menyediakan kebutuhan sehari-hari, tidak seperti *Carrefour* di komunitas perkotaan besar lainnya di Indonesia, di mana *Carrefour* di komunitas perkotaan yang berbeda memberikan kebutuhan berbeda yang dapat menawarkan kepuasan kepada pelanggan, misalnya, tempat bermain dan tempat makan. Perebutan pembeli tidak dapat dihindari dalam bisnis ritel ini, terutama untuk ukuran Mojokerto yang tergolong kota kecil dengan pembeli yang sangat banyak, hal ini dikarenakan pembelinya tidak hanya dari dalam kota Mojokerto, tetapi juga dari luar kota Mojokerto. daerah yang berbeda, misalnya kabupaten Mojokerto dan daerah sekitar kabupaten Mojokerto membuat *Supermarket* di Kota Mojokerto penuh, terutama saat hari-hari besar dan menjelang awal bulan.

Kepuasan pelanggan adalah reaksi pembeli terhadap ketidak konsistenan antara tingkat signifikansi masa lalu dan kinerja aktual yang dia rasakan setelah digunakan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang penting dalam pemasaran, dengan biaya yang benar dan wajar serta tempat parkir yang aman, dijunjung tinggi oleh keramahan pekerja dalam

melayani pembeli dan jika pembeli mengalami kendala, maka akan memenuhi kebutuhan pembeli loyalitas konsumen yang ada. Pembeli senang dengan barang yang dipilih dari *supermarket* tersebut, sehingga pada umumnya pelanggan akan terus membeli. Untuk situasi ini, dapat juga diharapkan bahwa pelanggan akan mendidik orang lain tentang pengalaman mereka dengan sifat administrasi yang telah dilakukan oleh *supermarket Carrefour*. Kemudian lagi, jika pelanggan kecewa mereka pada umumnya akan beralih ke sektor bisnis yang berbeda.

Salah satu elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Sifat produk tersebut saat ini sangat dikhawatirkan oleh pembeli. Pelanggan membutuhkan kualitas produk terbaik pada produk yang dibelinya. Untuk mencapai kualitas produk yang ideal diperlukan normalisasi nilai, strategi ini diharapkan dapat menjamin bahwa produk yang dibuat memenuhi pedoman yang telah ditetapkan sehingga pembeli tidak kehilangan kepercayaan terhadap barang yang dirujuk. Pengiklan yang tidak memperhatikan sifat barang yang ditawarkan akan menanggung kekecewaan pembeli sehingga penawaran produk mereka pada umumnya akan rusak. Jika pengiklan fokus pada kualitas, pelanggan tidak akan berpikir lama untuk melakukan akuisisi item. Oleh karena itu kualitas secara langsung mempengaruhi pelaksanaan produk atau administrasi, dengan cara ini kualitas secara tegas dikaitkan dengan nilai dan pemenuhan klien.



Variabel ketiga yang digunakan untuk kepuasan pelanggan adalah variabel harga, hal ini diidentikkan dengan nilai produk, khususnya produk dengan kualitas yang sama namun harga yang lebih murah akan membuat konsumen lebih puas karena memberikan harga yang lebih tinggi kepada pembeli.

Apapun macam dan bentuk kepuasan pelanggan pada umumnya emosional dan beragam di setiap *Supermarket*. Oleh karena itu, penting untuk mengukur penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *SUPERMARKET CARREFOUR* DI KOTA MOJOKERTO”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dijelaskan diatas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada *Supermarket Carrefour* di Kota Mojokerto?
2. Bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Supermarket Carrefour* di Kota Mookerto?
3. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Supermarket Carrefour* di Kota Mojokerto?
4. Bagaiaman harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada *Supermarkert Carrefour* di Kota Mojokerto?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
4. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan

#### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

1. Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk penelitian – penelitian selanjutnya dengan kepuasan konsumen
  - b. Menambah wawasan serta pengetahuan penulis dalam hal manajemen pemasaran pada umumnya dan tentang perilaku konsumen pada khususnya

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan *Supermarket Carrefour* dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan *Supermarket Carrefour* Di Kota Mojokerto” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Supermarket Carrefour* di Kota Mojokerto
2. Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Supermarket Carrefour* di Kota Mojokerto
3. Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Supermarket Carrefour* di Kota Mojokerto
4. Harga tidak mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Supermarket Carrefour* di Kota Mojokerto

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan pada penelitian ini, adapun saran – saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini yaitu:

### 1. Bagi Pihak Perusahaan

Terhadap hasil yang telah diperoleh, ada beberapa saran yang diharapkan mampu memberikan masukan dalam bentuk ide atau pemikiran sehingga nantinya dapat meningkatkan instansi, antara lain:

Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang sudah diterapkan merupakan faktor peningkatan kepuasan pelanggan oleh sebab itu diharapkan kepada pihak *Supermarket Carrefour* agar kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang ada untuk dipertahankan dan ditingkat agar apa yang menjadi harapan perusahaan bisa terlaksanakan dan pelanggan pun dapat meningkatkan

### 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Masih terdapat faktor – faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka diharapkan peneliti ini dapat dilanjutkan oleh penelitian lain dengan melibatkan faktor – faktor yang belum di teliti
- b. Diharapkan pada penelitian berikutnya menggunakan teknik pengumpulan data yang memberikan informasi lebih lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Amalia, S., dan Nasution, M. 2017. “Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handpone merek Xiaomi di Kota Langsa” dalam: *Jurnal Manajemen Dan Keuangan volume 1 (6)*. Langsa: Fakultas Ekonomi Universitas Samudera.
- Cynthia Violita Wijaya. 2017. “Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen depot madiun masakan khas bu rudy” dalam: *Jurnal Manajemen Bisnis Volume 5 No 1*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Eka Giovana Asti dan Eka Avianti Ayuningtyas. 2020. “Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga terhadap kepuasan konsumen”. dalam: *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. Jakarta: LPPM Universitas Pelita Bangsa.
- Ghozali, Imam. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kelima. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indrawan, R, dan Yaniawati, P. 2016. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Irawan, D., dan Japarianto, E. 2013. “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya” dalam: *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Kotler. Phillip dan G. Amstrong. 2016. *Principles of Marketing*. Edisi 12. Jilid 1 (Bob Sabran : Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Implementasi* (Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli : Penerjemah). Jakarta: Prenhallindo.
- Muhmud Nuruddin. 2021. “Pengaruh Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di trasmart setia budi semaang” dalam: *Jurnal Ekonomi dan bisnis*. Semarang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Anindyaguna.

- Mowen dan Minor. 2012. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Edisi. Kelima (terjemahan). Jakarta: Erlangga
- Nasution M Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Edisi.ketiga. Bogor: Ghalia Indonesia
- Putu Rani S. D., Made Rustini dan Made Taman Sari. 2021. “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada kober mie setan cabang pulau kawo Denpasar” dalam: *Jurnal Manajemen dan bisnis Warmadewa*. Bali: Universitas Warmadewa Denpasar.
- Purnama, N. I., dan Rialdy, N. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan” dalam: *Jurnal Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan Volume*.
- Ratnasari, R. T. dan M. H. Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor Ghalia Indonesia.
- Sukirno Sadono. 2015. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sidik. M, Lia Suprihartini dan Roni Kurniawan. 2019. “Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus supermarket x)” dalam: *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Sujarweni, Viratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Paper Plane.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono. Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono. Fandy dan Chandra. Gregorius. 2014. *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono. Fandy dan Chandra. Gregorius. 2016. *Service, Quality and satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Wardhana. 2015. *Metode Riset Bisnis*. Bandung: Karya Manunggal Lithomas.