

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAAT BERBELANJA PADA
PASAR DUDUK SAMPEYAN**

SKRIPSI



Oleh :

ILHAM ARIF PUTRA

NPM. 1542010091

UNIVERSITA PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2019

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAAT BERBELANJA PADA PASAR
DUDUK SAMPEYAN

Disusun Oleh:

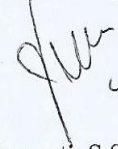
Ilham Arif Putra

NPM: 1542010091

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing



Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si

NIP. 196402151991032001

Mengetahui,



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.S. CHRA.

NIP. 195907011987031001

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAAT BERBELANJA PADA PASAR
DUDUK SAMPEYAN**

Disusun Oleh:

Ilham Arif Putra
NPM: 1542010091

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 12 April 2019**

Menyetujui,

Pembimbing

Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 196402151991032001

TIM PENGUJI

1. Ketua

Dr. Jojak Dwiridhotjahono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

2. Sekretaris

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota

Susi Hariyawati, S.Sos, M.Si
NIP. 196402151991032001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.S. CHRA.
NIP. 195907011987031001

ABSTRAKSI

ILHAM ARIF PUTRA, 1542010091, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SAAT BERBELANJA PADA PASAR DUDUK SAMPEYAN

Pasar Tradisional merupakan jantung perekonomian masyarakat. Pertumbuhan pasar saat ini semakin pesat. Pasar modern menawarkan kelebihan yang tidak ditawarkan oleh pasar tradisional untuk memenuhi kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, produk dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan data primer. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di Pasar Duduk Sampeyan. Penentuan sampel menggunakan rumus unkwon population. Menggunakan purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1), Produk (X_2) dan Fasilitas (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil analisis secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Produk (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisis secara parsial variabel Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y), Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan variabel Fasilitas (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACTION

ILHAM ARIF PUTRA, 1542010091, THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICES, PRODUCTS AND FACILITIES ON CUSTOMER SATISFACTION WHEN SHOPPING IN DUDUK SAMPEYAN'S MARKET

Traditional markets are the heart of the economy of the community. Current market growth is growing rapidly. Modern markets offer advantages that's not offered by traditional markets to meet customer satisfaction. The purpose of this study is to find out and analyze the influence of the quality of services, products and facilities on customer satisfaction.

This research method is quantitative using primary data. The population of this study is consumers who have bought in Duduk Sampeyan's Market. Sampling uses the unkwon population formula. Using purposive sampling. The number of samples is 100 people. Using multiple linear regression analysis techniques to determine the effect of Service Quality (X_1), Products (X_2) and Facilities (X_3) on Consumer Satisfaction (Y).

The results of simultaneous analysis of Service Quality variables (X_1), Products (X_2) and Facilities (X_3) have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y). The results of the partial analysis of the Product variable (X_2) have a significant effect on the Consumer Satisfaction variable (Y), Service Quality variable (X_1) and Facility (X_3) variable have no significant effect on Consumer Satisfaction (Y).

Keywords: Service Quality , Products, Facilities and Consumer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Saat Berbelanja Pada Pasar Duduk Sampeyan”**

Penyusunan skripsi dilaksanan untuk memenuhi tugas akhir. Penyusunan proposal ini tidak terlepas dari ibu Susi Hariyawati, S.os, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan perhatian dan kesabaran meluangkan waktu untuk penulis.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penelitian ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku koordinator program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kepala Desa Duduk Sampeyan selaku pimpinan pengelola Pasar Duduk Sampeyan.

5. Para Staf dan Karyawan Kantor Kepala Desa Duduk Sampeyan yang memberikan masukan serta arahnya.
6. Semua pihak yang telah membantu, baik selama proses penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari dalam skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran serta masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya , April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Pustaka	15
2.2.1 Pemasaran	15
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.1.2 Konsep Pemasaran.....	17
2.2.1.3 Manajemen Pemasaran	18
2.2.1.4 Strategi Pemasaran.....	20

2.2.2 Bauran Pemasaran	23
2.2.2.1 Strategi Produk	25
2.2.2.2 Strategi Harga	26
2.2.2.3 Strategi Pemasaran.....	29
2.2.2.4 Strategi Promosi.....	31
2.2.3 Produk	33
2.2.3.1 Pengertian Produk.....	33
2.2.3.2 Klasifikasi Produk.....	34
2.2.3.3 Kualitas Produk.....	40
2.2.4 Kualitas Pelayanan	41
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	41
2.2.4.2 Dimensi Pelayanan	42
2.2.4.3 Tujuan Kualitas Pelayanan	43
2.2.4.4 Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan.....	44
2.2.4.5 Faktor-Faktor Pendukung Kualitas Pelayanan	47
2.2.5 Fasilitas	49
2.2.5.1 Pengertian Fasilitas	49
2.2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas	50
2.2.5.3 Indikator-Indikator Fasilitas	51

2.2.6 Perilaku Konsumen	51
2.2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	51
2.2.6.2 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	52
2.2.7 Kepuasan Konsumen.....	53
2.2.7.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	53
2.2.7.2 Manfaat Kepuasan Konsumen	55
2.2.7.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	55
2.2.7.4 Tujuan Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	57
2.2.7.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	58
2.2.8 Pasar	60
2.2.8.1 Pengertian Pasar.....	60
2.2.8.2 Fungsi-Fungsi Pasar.....	61
2.2.9 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	62
2.2.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	62
2.2.9.2 Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
2.2.9.3 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	64
2.3 Kerangka Berpikir.....	65
2.4 Hipotesis	68

BAB III METODE PENELITIAN	69
3.1 Jenis Penelitian.....	69
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	69
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	70
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	72
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	73
3.3.1 Populasi.....	73
3.3.2 Sampel	73
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	75
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.4.1 Jenis Data	75
3.4.2 Sumber Data	76
3.4.3 Pengumpulan Data	76
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	76
3.5.1 Uji Validitas	76
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	78
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	79
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	79
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas.....	80

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80
3.5.3.4 Uji Autokorelasi.....	81
3.6 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	82
3.6.1 Teknik Analisis Data.....	82
3.6.1.1 Teknik Regresi Linier Berganda.....	83
3.6.2 Pengujian Hipotesis.....	84
3.6.2.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	84
3.6.2.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	86
3.6.2.3 Koefisien Determinasi.....	88
3.7 Waktu Penelitian.....	88
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	89
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data.....	89
4.1.1 Gambaran Umum Pasar Duduk Sampeyan.....	89
4.1.2 Struktur Organisasi Pasar Duduk Sampeyan.....	90
4.1.3 Penyajian Data.....	91
4.1.3.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	91
4.1.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	95
4.1.3.3 Deskripsi Variabel Produk (X_2).....	97
4.1.3.4 Deskripsi Variabel Fasilitas (X_3).....	100

4.1.3.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	102
4.2 Uji Kualitas Data.....	105
4.2.1 Uji Validitas	105
4.2.2 Uji Reliabilitas	108
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	109
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	109
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	110
4.2.3.3 Uji Multikolinieritas.....	112
4.2.3.4 Uji Autokorelasi	113
4.3 Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis	114
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linier Beganda	114
4.3.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	117
4.3.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	120
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)	126
4.4 Pembahasan	127
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Fasilitas Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Saat Berbelanja Pada Pasar Duduk Sampeyan	127
4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Saat Berbelanja Pada Pasar Duduk Sampeyan.....	129

4.4.3 Pengaruh Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Saat Berbelanja Pada Pasar Duduk Sampeyan	131
4.4.4 Pengaruh Fasilitas Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Saat Berbelanja Pada Pasar Duduk Sampeyan	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran.....	136

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Realisasi Pendapatan Retribusi Pasar di Kabupaten Gresik (Rp), 2016-2017.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Pedagang di Pasar Duduk Sampeyan	6
Tabel 1.3 Survey Konsumen	7
Tabel 4.1 Distribusi frekuensi responden berdasarkan usia.....	92
Tabel 4.2 Distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin.....	93
Tabel 4.3 Distribusi frekuensi berdasarkan pendidikan terakhir	93
Tabel 4.4 Distribusi frekuensi berdasarkan pekerjaan	94
Tabel 4.5 hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan.....	95
Tabel 4.6 Hasil tanggapan responden terhadap variabel produk	98
Tabel 4.7 Hasil tanggapan responden terhadap variabel fasilitas	100
Tabel 4.8 Hasil tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen	103
Tabel 4.9 Hasil Validitas Kualitas Pelayanan	106
Tabel 4.10 Hasil Validitas Produk	106
Tabel 4.11 Hasil Validitas Fasilitas	107
Tabel 4.12 Hasil Validitas Kepuasan Konsumen.....	108
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	109
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	112
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	114
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda.....	115
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	118
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pedagang Pasar Duduk Sampeyan.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	67
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	86
Gambar 3.2 Kurva Uji t.....	88
Gambar 4.1 Struktur pengelola pasar tradisional duduk sampeyan.....	91
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	110
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	111
Gambar 4.4 Kurva Uji F.....	119
Gambar 4.5 Kurva Uji t (X_1).....	122
Gambar 4.6 Kurva Uji t (X_2).....	124
Gambar 4.7 Kurva Uji t (X_3).....	125