

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA TOKO
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO RITEL
(Studi Kasus Toko Jati Jepara Samarinda)**

**Rian Rizqie Noor Fajrie¹, Eka Yudhyani², Sukirman³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email: @gmail.com**

ABSTRACT

*Keywords : product quality, service quality,
brand image, consumer decisions*

Consumer satisfaction is an important factor in winning the competition, so every company tries to optimize all factors that can increase the value of consumer satisfaction. Intense competition in the retail business cannot be separated from the proliferation of shopping centers, both local, national and international, with various scales and targeted segments. The aim of this research is to determine the influence of product quality, service quality and store image on consumer satisfaction at the Jati Jepara Samarinda Store. The theories used in this research are about marketing strategy, marketing management, product quality, service quality and store image which influence consumer decisions. The type of research used is quantitative description with the analysis used is multiple linear regression. The results of the research state that the results of simultaneous testing can be concluded that the variables of product quality, service quality and store image together (simultaneously) have a significant positive effect on consumer satisfaction at the Jati Jepara Samarinda Store.

PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan, sehingga setiap perusahaan berusaha untuk mengoptimalkan segala faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan konsumen tersebut. Seiring dengan perkembangan bisnis toko ritel, banyak perusahaan yang bergerak di bidang ini yang awalnya dikelola secara tradisional berubah haluan menjadi toko ritel modern sehingga menjadi bisnis yang inovatif, dinamis, dan kompetitif

(Ghosh, 1992 dalam Angin, 2013). Persaingan yang ketat di bisnis ritel tidak terlepas dari semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai skala dan segmen yang di bidik.

Pada periode tahun 2020, peneliti menemukan kesenjangan antara informasi yang terdapat dalam materi dan realitas yang ada. Salah satu perbedaan yang mencolok adalah penurunan signifikan dalam jumlah produk yang terjual, berbeda jauh dari tingkat penjualan normal. Temuan ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan dalam konteks ritel, khususnya di Toko Jati Jepara Samarinda. Solusi untuk mengatasi permasalahan ini akan ditemukan melalui penelitian yang mengacu pada variabel dan indikator yang telah dipilih oleh peneliti, yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel. Objek penelitian ini adalah Toko Jati Jepara Samarinda sebagai fokus utama.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Priansa, 2017:4) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan. Untuk mencapai manajemen pemasaran yang baik perusahaan harus berfokus pada beberapa hal seperti Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko sehingga tercipta kepuasan konsumen.

Kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana mana yang diinginkan oleh konsumen. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) yang menjelaskan bahwa Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Menurut Kotler (2014: 221) Kualitas Pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi keinginan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen sebuah perusahaan jasa. Salah satu cara untuk merebut perhatian konsumen dan membentuk anggapan produk yang baik kepada konsumen adalah dengan melakukan strategi pelayanan pelanggan, penempatan sebagai tindakan membangun dan mengkomunikasikan manfaat pokok yang istimewa dari produk didalam pasar. Suatu perusahaan yang telah berhasil memosisikan produknya dengan baik berarti perusahaan tersebut berhasil dalam menanamkan suatu citra produknya pada pikiran konsumen.

Citra toko merupakan gabungan antar faktor fisik misalnya tata letak barang, kebersihan ruangan, dan lain-lain dengan faktor non fisik misalnya kecepatan pelayanan terhadap keluhan, kramahan karyawan, ketelitian kasir yang kesemuanya itu dapat diterima dan dirasakan akibat dan manfaatnya sebagai kesan konsumen dari suatu toko. hal tersebut sejalan dengan pendapat bahwa citra toko adalah kepribadian sebuah toko, kepribadian atau image toko menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tertentu. Pada dasarnya dengan perusahaan mampu menjaga citra toko yang positif di benak konsumen maka dapat memberikan arti yang positif pula terhadap produk perusahaan (Sopiah dan Syihabudhin, 2019: 138).

Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen, 2012). Bila kualitas jauh dibawah harapan, maka mereka akan mengalami ketidakpuasan emosional. Selain itu, Kristanto (2013)

mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan

METODE PENELITIAN

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Penelitian lapangan
 - a. memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yang membeli barang di toko jati jepara Samarinda dengan mengisi serta mengikuti panduan yang ada pada kuesioner.
 - b. Melakukan tanya jawab dengan bertatap muka antara penanya dengan responden yang menjadi pembeli di toko jati jepara Samarinda
 - c. Melakukan pengamatan langsung (observasi) di objek penelitian
2. Kepustakaan dilakukan dengan pengumpulan data statistik penjualan serta laporan keuangan yang didapatkan langsung dari owner toko jati jepara Samrinda.

Penelitian ini memiliki dua jenis variabel yaitu variabel independent atau variabel yang mempengaruhi dan variabel dependent atau variabel yang dipengaruhi yang menjadi akibat dari variabel independent. Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X1)
Indikator dari kualitas produk sebagai berikut:
 - a. Variasi produk yang ada di Toko Jati Jepara Samarinda
 - b. Produk jati di Toko Jati Jepara Samarinda memiliki kualitas yang baik
 - c. Produk memiliki ukuran yang sesuai dengan yang dikehendari konsumen Toko Jati Jepara Samarinda
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)
Indikator dari kualitas pelayanan sebagai berikut:
 - a. Keandalan toko dalam memenuhi kebutuhan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda
 - b. Ketanggapan dari owner dan pelanggan terkait permintaan dari konsumen Toko Jati Jepara Samarinda
 - c. Kepastian dari produk yang ditawarkan oleh Toko Jati Jepara Samarinda
 - d. Wujud yang ada pada produk yang disajikan oleh Toko Jati Jepara Samarinda
3. Variabel Citra Toko (X3)
Indikator dari citra toko sebagai berikut:
 - a. Model dan harga dari produk yang dijual oleh Toko Jati Jepara Samarinda
 - b. Perasaan senang dari konsumen setelah berbelanja di Toko Jati Jepara Samarinda
 - c. Kenyamanan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda dalam berbelanja
 - d. Toko Jati Jepara Samarinda memenuhi ekspektasi dan keinginan dari konsumen.
4. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
Indikator dari kepuasan konsumen sebagai berikut:
 - a. Kualitas pelayanan yang dilakukan telah memberikan kepuasan terhadap konsumen Toko Jati Jepara Samarinda
 - b. Jaminan kualitas dari kayu jati yang baik di Toko Jati Jepara Samarinda
 - c. Keramahan karyawan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen Toko Jati Jepara Samarinda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic parametris karena data yang digunakan dan diperoleh dari pengukuran dengan instrument sikap dengan skla likert.

1. Populasi dan Sample

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2016). Dalam penelitian ini, populasi penelitian tidak diketahui jumlahnya maka teknik pemngambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Adapun pengertian dari *nonprobability sampling* adalah setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel (Supranto, 2013). Di dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pembeli Toko Jati Jepara Samarinda Jepara.

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2016). Adapun metode yang digunakan adalah *purposive sampling* sesuai dengan namanya, sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya Di dalam penelitian ini sampel yang dimaksud adalah pembeli grosiran Toko Jati Jepara Samarinda Jepara. Dan dikarenakan jumlah populasi cukup besar dan tidak diketahui jumlah pastinya maka menurut Beladin (2013) digunakan rumus:

$$n = (z^2)/4(moe^2)$$

$$n = (1,96^2)/4(0,1^2)$$

$$n = 96,04$$

keterangan :

n = jumlah sampel

z = nilai z dengan tingkat keyakinan 95%, maka

$z = 1,96$ (tabel distribusi normal)

moe = Margin of error atau kesalahan maksimal adalah 10%

Sedangkan menurut Frankel dan Wallen dalam Amiyani (2016;06) berpendapat bahwa besar sampel minimum untuk penelitian deskriptif sebanyak 100. Maka, berdasarkan teori tersebut sampel yang menjadi acuan oleh peneliti sebanyak 100 responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel independen pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), citra toko (X3), sedangkan variabel dependennya kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini melibatkan seluruh konsumen yang datang berbelanja ke toko jati jepara Samarinda sebagai populasi dan mengambil 100 orang konsumen yang datang berbelanja di toko jati jepara Samarinda sebagai responden.

1. Kualitas Produk (X1)

Kualitas Produk yang ditawarkan Toko Jati Jepara Samarinda merupakan produk yang sangat baik. Variabel kualitas produk pada penelitian ini diukur melalui 3 buah indikator. Adapun hasil tanggapan responden terhadap kualitas produk di Toko Jati Jepara Samarinda dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel. 1. Tanggapan responden mengenai variabel kualitas produk

Item	STS	TS	KS	S	SS	Total	
	F	F	F	F	F	F	%
X1.1	-	-	-	40	60	100	100.0
X1.2	-	-	-	28	72	100	100.0
X1.3	-	-	-	8	92	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS

Dari tabel 4.8 dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa pernyataan berikut ini:

- a. Pada item X1.1 sebagian responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 60 orang, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa Toko Jati Jepara Samarinda memiliki variasi produk yang banyak.
 - b. Pada item X1.2 sebagian responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 72 orang yang menunjukkan bahwa responden setuju jika produk dari Toko Jati Jepara Samarinda memiliki kualitas yang baik.
 - c. Pada item X1.3 responden menjawab paling tinggi “sangat setuju” sebanyak 92 orang yang menunjukkan ukuran produk yang ada pada Toko Jati Jepara Samarinda sudah Sesuai.
2. Kualitas Produk (X2)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan dalam penjualan. . Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini terdiri dari 5 indikator. Hasil tanggapan terhadap kualitas pelayanan dapat dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 2. Tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan.

Item	STS	TS	KS	S	SS	Total	
	F	F	F	F	F	F	%
X2.1	-	-	2	9	89	100	100.0
X2.2	-	-	-	13	87	100	100.0
X2.3	-	-	3	23	74	100	100.0
X2.4	-	-	1	13	86	100	100.0
X2.5	-	-	-	27	73	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS

Dari tabel 4.9 dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa pernyataan berikut ini:

- a. Pada item X2.1 sebagian responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 89 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwasanya staff dan owner Toko Jati Jepara Samarinda dapat berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan..
- b. Pada item X2.2 responden menjawab paling tinggi “sangat setuju” sebanyak 87 orang yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwasanya pelayanan Toko Jati Jepara Samarinda sangat memuaskan.

- c. Pada item X2.3 responden kebanyakan menjawab “sangat setuju” sebanyak 74 orang yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan bahwasanya staff dan owner Toko Jati Jepara Samarinda menanggapi pelanggan dengan sangat baik.
 - d. Item X2.4 kebanyakan responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 86 orang dengan pernyataan bahwasanya Toko Jati Jepara Samarinda memberikan jaminan produk yang menguntungkan.
 - e. Selanjutnya item X2.5 kebanyakan responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 73 orang dengan pernyataan bahwasanya responden merasa staff & owner Toko Jati Jepara Samarinda berempati dalam pelayanan kepada konsumen.
3. Citra Toko (X3)

Citra toko merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan demi kesuksesan sebuah perusahaan. Variabel citra toko dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator. Hasil tanggapan terhadap citra toko dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Tanggapan responden mengenai variabel citra toko

Item	STS	TS	KS	S	SS	Total	
	F	F	F	F	F	F	%
X3.1	-	-	-	14	86	100	100.0
X3.2	-	-	-	18	82	100	100.0
X3.3	-	-	-	25	75	100	100.0
X3.4	-	-	5	14	81	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah Menggunakan SPSS

- a. Dari tabel diatas dimana pada item X3.1 sebagian responden besar menjawab “sangat setuju” sebanyak 86 orang, mereka setuju bahwasannya mereka dapat berbelanja dengan mudah di Toko Jati Jepara Samarinda..
- b. Pada item X3.2 responden menjawab paling tinggi “sangat setuju” sebanyak 82 orang yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwasanya Toko Jati Jepara Samarinda memberikan pelayanan yang sangat baik dan menyenangkan.
- c. Pada item X3.3 responden menjawab paling tinggi “sangat setuju” sebanyak 75 orang yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwasannya Toko Jati Jepara Samarinda memberikan bonus / gift / marhandise kepada konsumen.
- d. Item X3.4 kebanyakan responden menjawab “sangat setuju” sebanyak 81 orang yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwasannya Toko Jati Jepara Samarinda melakukan promosi melalui pamphlet dan spanduk sehingga konsumen tertarik untuk datang.

Pembahasan

1. Persamaan regresi

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra toko yang diberikan Toko Jati Jepara Samarinda terhadap kepuasan pembeli. Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam analisis ini adalah α 5%. Model

persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari heterokedastisitas. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.743	1.732		1.583	.117
Kualitas Produk	.474	.079	.467	6.019	.000
Kualitas Pelayanan	.313	.062	.391	5.03	.000
1 Citra Toko	.013	.038	.024	3.009	.732

Berdasarkan tabel yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,467 X_1 + 0,391 X_2 + 0,024 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. $b_1 = 0,467$ artinya jika variabel kualitas produk meningkat, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,467 satuan dengan asumsi X_2 dan X_3 konstan.
 - b. $b_2 = 0,391$ artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 persen, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,313 satuan dengan asumsi X_1 , dan X_3 konstan.
 - c. $b_3 = 0,024$ artinya jika variabel citra toko meningkat sebesar 1 persen, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,024 satuan dengan asumsi X_1 dan X_2 konstan.
2. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel dengan tingkat kesalahan 5% dengan pengujian 2 sisi. Apabila thitung > ttabel maka dapat disimpulkan variabel tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan, ttabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $df = 100-5-1 = 94$ (k adalah jumlah variabel independen), di dapat ttabel yakni 1,98. Secara parsial pengaruh dari keempat variabel independen tersebut terhadap variabel dependen ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-2.743	1.732		1.583	.117
	Kualitas Produk	.474	.079	.467	6.019	.000
	Kualitas Pelayanan	.313	.062	.391	5.03	.000
1	Citra Toko	.013	.038	.024	3.009	.732

- a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen
Variabel kualitas produk menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel, ($6,019 > 4,74$) atau ($\text{sig } 0,000 < \text{sig } 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jati Jepara Samarinda.
 - b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen
Variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel, ($5,030 > 4,74$) atau ($\text{sig } 0,000 < \text{sig } 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jati Jepara Samarinda.
 - c. Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan
Variabel citra toko menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ttabel, ($3,009 > 4,74$) atau ($\text{sig } 0,732 > \text{sig } 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel citra toko berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jati Jepara Samarinda.
3. Uji F (Uji Simultan)
- Uji simultan F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen/bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan Fhitung dan Ftabel. Ftabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 $df = k-1$ atau $5 - 1 = 4$ atau $100 - 5 = 95$ (k adalah jumlah variabel). Dari hasil analisis diperoleh hasil output pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	199.747	3	66.582	35.982	.000 ^b
	Residual	177.643	96	0.85		
1	Total	377.39	99			

Berdasarkan hasil uji simultan di atas, diketahui bahwa Fhitung sebesar $35,982 > Ftabel$ sebesar 2,47. Pada uji F di atas didapatkan taraf signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi ($\text{sig } 0,000 < 0,05$) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa harga, kualitas pelayanan dan citra toko secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jati Jepara Samarinda.

4. Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Korelasi linear berganda digunakan untuk menghitung keeratan hubungan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen di Toko Jati Jepara Samarinda.. Selanjutnya koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independennya. Nilai R² semakin mendekati 1, berarti variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan adalah nilai Adjusted R square karena lebih dapat dipercaya dalam mengevaluasi model regresi.

Tabel 7. Hasil Uji *Rsquare*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828a	.692	.677	1.36031

Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,677. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan citra toko (X3) mempunyai kontribusi. Hasil analisis variabel bebas terhadap variabel terikat menunjukkan bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,677. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan citra toko (X3) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 67,7% terhadap variabel terikat (Y) yakni kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 32,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel cukup kuat karena semakin besar.

Adapun hasil dari penelitian tersebut diatas adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima diakrenakan hasil penelitian menunjukkan kualitas produk X1 Toko Jati Jepara Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda. Kualitas produk Toko Jati Jepara Samarinda yang baik dan teruji kualitasnya merupakan hal yang membuat konsumen puas dan dapat bersaing dengan produk meubel lainnya. Indikator tersebut berkontribusi tinggi terhadap kepuasan pembelian di Toko Jati Jepara Samarinda. Penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian dari Purnowo Edwin Setyo (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks” yang menyimpkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima diakrenakan hasil penelitian menunjukkan Pelayanan X2 Toko Jati Jepara Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda. Pelayanan di Toko Jati Jepara Samarinda yang baik serta selalu mengedepankan konsumen merupakan hal yang membuat konsumen puas dan dapat selalu menjadi opsi untuk berbelanja barang meubel,

karena selain produk yang baik, pelayanan serta after sales nya pun juga sangat memuaskan. Indikator tersebut berkontribusi tinggi terhadap kepuasan pembelian di Toko Jati Jepara Samarinda. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Ade Syarif Maulana (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelanggan PT. TOI”. Dari hasil penelitian dihasilkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT TOI. Kualitas pelayanan yang baik bertujuan agar pelanggan merasa puas setelah berbelanja di toko tersebut. Pelanggan yang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan cenderung akan selalu berbelanja ditempat yang sama, bahkan enggan untuk berpindah ke tempat lain. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan toko langganannya

3. Variabel Citra Toko berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dikarenakan hasil penelitian menunjukkan Citra Toko X3 Toko Jati Jepara Samarinda berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Jati Jepara Samarinda. Citra toko di Toko Jati Jepara Samarinda yang selalu terjaga nama baiknya merupakan hal yang membuat konsumen enggan untuk berpindah ke toko meubel yang lain dan merasa bangga setelah berbelanja di Toko Jati Jepara Samarinda. Indikator tersebut berkontribusi tinggi terhadap kepuasan pembelian di Toko Jati Jepara Samarinda. Hal ini relevan dengan penelitian sebelumnya oleh Hamdani Muhammad Luthfi, 2017 “Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi kasus pada Toko Busana Indofashion Azizah Kediri” yang dari hasilnya tersebut adalah variabel Citra Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Jati Jepara Samarinda, hal ini dikarenakan apabila kualitas produk yang ditawarkan Toko Jati Jepara Samarinda semakin tinggi maka pelanggan akan merasa puas setelah membelinya.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Jati Jepara Samarinda, hal ini dikarenakan tingkat kualitas pelayanan yang semakin baik, maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi.
3. Citra Toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Jati Jepara Samarinda. Hal ini karena terjadi kesesuaian antara citra baik toko tersebut dengan apa yang dirasakan langsung oleh pelanggan ketika berbelanja.
4. Hasil pengujian secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra toko secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Toko Jati Jepara Samarinda.

Saran

1. Toko Jati Jepara Samarinda diharapkan tetap mempertahankan kualitas produk yang baik, dan bersaing, serta bila perlu sering melakukan promo discount pada waktu tertentu, untuk menarik

perhatian pelanggan agar selalu mengunjungi Toko Jati Jepara Samarinda, sehingga nantinya dapat mendorong pelanggan untuk tetap berbelanja disitu dan tidak memilih toko lain.

2. Agar konsumen di Toko Jati Jepara Samarinda terus meningkat, diharapkan Toko Jati Jepara Samarinda terus meningkatkan dalam hal kualitas pelayanannya, sehingga dengan meningkatnya kualitas pelayanannya konsumen tidak akan kecewa dan merasa puas berbelanja.
3. Sebaiknya Toko Jati Jepara Samarinda melakukan berbagai upaya seperti pendekatan kepada konsumennya untuk meningkatkan Citra tokonya.

REFERENCES

Kotler ; Asmtrong, dalam Priansa 2017;4, Pengertian Manajemen Pemasaran.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: J & J Learning

Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Edisi 13. Erlangga: Jakarta

Sopiah. Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset

Mowen dan Minor. 2012. *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi. Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta