

PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN SEBAGAI UPAYA MEMAKSIMALKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO EL MALIK KABUPATEN SUMENEP

Mohammad Rofik

Unsul Abrar²

¹Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja
rofik@wiraraja.ac.id

²Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja
unsulabrar@wiraraja.ac.id

ABSTRACT

This research has purpose to know the effect from service quality, product completeness, corporate image on customer satisfaction. Based on there are many competitors of modern retail stores that have sprung up, it is not impossible that a store that used to be big can be a store left by its customers. The quality of service, store completeness and corporate image are the solutions to maximize consumer satisfaction at the Sumenep Elmalik shop.

Kind from this research is a quantitative researc with the total of respondents determined by purposive sampling as one hundred respondents. Respondents were divided into several types, namely gender, age and occupation. Technical analiysis uses multiple linear regression. The results explain that quality of service, complecated product and corporate image give affection on Elmalik satisfaction of consumer, this is evidenced by the t value > from t table.

Keywords :service quality, product complicated, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Dewasa ini dunia usaha terus mengalami peningkatan tidak hanya sektor riil akan tetapi sektor lain juga berlomba – lomba mengambil peluang dalam dunia usaha. Menurut data yang di ambil melalui Bank Indonesia kegiatan usaha di triwulan pertama pada tahun 2019 naik menjadi 8,65% lebih tinggi dibandingkan dari 6,19% pada triwulan ke empat pada tahun 2018, Survey Kegiatan Dunia Usaha (SKDU) memprediksi kenaikan tersebut akan terus berlanjut pada triwulan II-2019 (SKDU;2019). Peningkatan terjadi di abikartkan oleh akses terhadap dunia

perbankan untuk mengajukan kredit relatif lebih mudah.

Perkembangan dunia usaha berdampak pada munculnya persaingan, para pelaku usaha akan dihadapkan dengan para pesaing yang sama – sama berusaha merebut pasar dan memikat hati para konsumen untuk tidak berpindah ke lain hati dalam artian menggunakan produk lain untuk dikonsumsi. Hal ini merupakan pekerjaan rumah yang harus di selesaikan oleh para pelaku usaha agar tetap eksis bertahan dengan usahanya.

Elmalik merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang retail yang secara langsung bertemu dengan

konsumen akhir dalam melakukan usahanya, sehingga performa usaha harus betul – betul diperhatikan, karena penilaian jelek sedikit saja dari konsumen akan berdampak fatal pada usaha tersebut. Belum lagi banyaknya toko sejenis yang juga bergerak dibidang retail akan menjadi ancaman serius. Pada 3 tahun terakhir saja sudah banyak toko retail modern yang bermunculan yang jaraknya tidak jauh dari elmalik seperti sidogiri, sakina Sumekar dan surya, serta toko retail sejenis alfamart dan indomart juga bermunculan meramaikan dunia reatail di kec kota Kabupaten Sumenep, jika tidak betul – betul menjaga performa usaha maka bukan menjadi hal yang mustahil para konsumen akan mulai mulai menggeser tempat berbelanja ke tempat lain.

Performa dalam hal ini merupakan hal yang paling sering diperhatikan konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang terutama di bidang retail yaitu barang yang menjadi kebutuhan hidup sehari – hari adalah kelengkapan produk, mindset konsumen selama ini kebanyakan berpikir tidak masalah toko kecil tapi ketika konsumen datang untuk membeli dia tidak kembali dengan tangan kosong. Sehingga tolak ukur keberhasilan suatu usaha untuk tetap menjaga konsumen yaitu bagaimana menyediakan barang yang lengkap, sehingga konsumen

mencari apa yang di butuhkan selalu tersedia, selain kebergaman produk kualitas pelayanan juga tidak kalah penting untuk mengukur kepuasan konsumen, kualitas pelayan ini berkaitan dengan bagaimana konsumen merasakan bahwa keberadaanya di suatu tempat untuk melakukan belanja di perlalukan layaknya seorang raja, diamana apapun yang di perlukan seorang raja dapat di sediakan dan di bantu oleh pelayan dalam hal ini pemilik usaha, untuk mendukung semua itu tentu juga harus menyediakan fasilitas yang memadai agar para konsumen yang berkunjung tidak pernah merasa bosan untuk selalu menggunakan produk dari toko tersebut.

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu; apakah kuliatas layanan, kelengkapan produk dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Elmalik Sumenep. Riset ini dilakukan dengan harapajn dapat menjadawab apakah kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen toko Elmalik Kabupaten Sumenep.

Landasan teori

Kulalitas Pelayanan

Menurut Beladin dalam Fuad (2013:13) kualitas pelayanan yang dilakukan dengann sungguh demi memanjakan konsumen akan berdampak

pada tumbuhnya kepuasan konsumen yang nantinya akan memberikan manfaat terhadap suatu usaha untuk tetap eksis dan terus berkembang. Kualitas layanan adalah proses tindakan untuk memberikan efek kenyamanan bagi para konsumen, sehingga konsumen tidak merasa jenuh dan kebingungan dalam memahami apa merek butuhkan. Hal itu diperkuat oleh pernyataan Tjiptono (2012:157) yang menyatakan bahwa ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dilihat dari seberapa sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Indikator – indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut :

1) Bukti fisik

Hal ini berkaitan dengan pelayanan dari sisi fisik seperti halnya desain bangunan, warna dan sebagainya

2) Keandalan

Hal ini berkaitan dengan ketepatan waktu untuk melayani konsumen sehingga pelanggan tidak berlu berlama-lama dan merasa bosan untuk menunggu.

3) Ketanggapan

Hal ini berkaitan dengan memberikan respon sebelum yang tanggap terhadap konsumen sebelum konsumen menanyakan beberapa hal. Konsep berikut ibarat menjemput bola bukan menunggu bola atau

konsumen yang lebih dulu bertanya bukan ditanyakan apa kebutuhannya.

4) Jaminan

Tindakan yang memberikan dampak kepercayaan kepada konsumen terhadap perusahaan.

5) Empati

Hal ini berkaitan dengan memberikan pelayanan secara maksimal dengan mengerti akan kebutuhan konsumen secara spesifik sehingga bisa melahirkan keinginan bagi konsumen untuk melakukan konsumsi.

Kelengkapan Produk

Menurut James dan Roger (2010:258) Kelengkapan produk adalah aspek terkait kelengkapan barang, variasi, keragaman, kualitas, kuantitas barang dan juga ketersediaan barang di toko untuk setiap saat bisa dibutuhkan. Kelengkapan produk juga memiliki artian kegiatan pengadaan barang yang sesuai dengan bisnis yang dibidangi oleh sebuah toko, untuk toko retail biasanya barang yang diperjual belikan adalah kebutuhan sehari-hari seperti peralatan rumah tangga, peralatan pribadi bahkan ada sebuah toko retail yang merupakan kombinasi dari kebutuhan masyarakat (Hendri, 2005:135)

Indikator – indikator kelengkapan produk antara lain:

- 1) Keberagaman barang yang dijual
- 2) Variasi barang yang dijual
- 3) Ketersediaan barang yang dijual

4) Macam merk yang di jual

Citra Perusahaan

Menurut Sophiah dan Syihabudhi (2008:138) citra toko merupakan suatu gambaran yang ada di benak konsumen yang terbentuk akibat adanya reksi dari kegiatan sehari atau lingkungan sekitar. Citra toko ini terbentuk dengan sendirinya pada konsumen, akan tetapi juga sebagai timbal balik dari reaksi yang di berikan perusahaan kepada konsumen sehingga terbentuklah sebuah citra.

Indikator – indikator yang di gunakan untuk mengukur citra perusahaan

- 1) Evaluasi toko berdasarkan pendapat konsumen
- 2) Kualitas barang selalu menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen dalam membentuk citra perusahaan
- 3) Harga di sesuaikan dengan kondisi toko
- 4) Nilai yang di keluarkan oleh konsumen sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen
- 5) Perasaan konsumen saat berada di toko saat membeli barang, hal ini terkait fasilitas yang diberikan toko
- 6) Penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap toko dalam segala aspek.

Kepuasan Konsumen

Upaya memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan dituntut kelihaannya dalam membaca kebutuhan

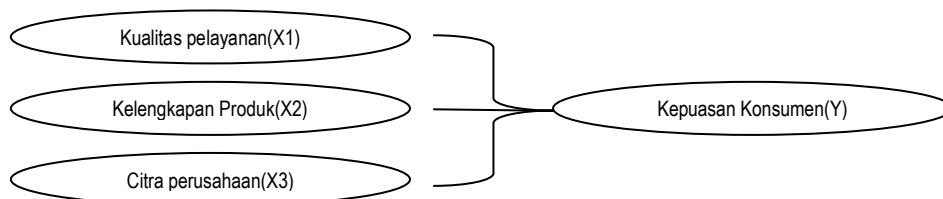
konsumen, karena kebutuhan konsumen tidak selalu berdiam di tempat melainkan selalu mengalami pergeseran sebagian mana manusia pada umumnya yang selalu merasa perlu terhadap suatu barang. Kepuasan selalu berakhir setelah penawaran, produsen harus betul – betul membentuk hal positif pada konsumen agar menimbulkan retensi dari akibat reaksi yang di lakukan oleh perusahaan.

Menurut Suyanto (2013:35) kepuasan konsumen merupakan tingkatan perasaan konsumen yang di dapatkan setelah melakukan perbandingan hasil dari kinerja suatu produk yang sudah di konsumsinya dan kemudian di bandingkan dengan ekpektasi sebelum seseorang tersebut mengkonsumsinya. Konsumen akan merasakan hasil dan kinerja setelah mengkonsumsi suatu barang secara umum ada harapan bawah, harapan menengah atau di sebut sebagai biasa saja dan harapan atas dalam artinya sesuai ekpektasi.

Indikator-indikator kepuasan konsumen antara lain:

- 1) Melakukan pembelian kembali pada toko yang sama
- 2) Persepsi baik berkaitan dengan perusahaan
- 3) Konsumen tidak memperhatikan toko lain selaku pesaing
- 4) Membeli produk lain dalam satu toko

Kerangka pikir dan hipotesis



Hipotesis penelitian

Berdasarkan kerangka pikir maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
- H2 : terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen
- H3 : terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat perhitungan yang dideskripsikan dengan menjelaskan sebuah fenomena menggunakan sebuah angka yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Berdasarkan kesimpulan tersebut tercetusnya hasil penelitian yang bisa di gunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan ke depan.

Variabel Penelitian

1. Variabel Independen

Tabel 1
Variabel Independen

Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan(X1)	1) Bukti riil ; 2) Kemampuan membaca; 3) Respon; 4) jaminan; 5) Empati
Kelengkapan Produk(X2)	1) Keberagaman barang yang di jual 2) Variasi barang yang di jual 3) Barang yang selalu teresdia 4) Macam merk yang di jual
Citra Perusahaan/toko (X3)	1) Evaluasi toko berdasarkan pendapat konsumen 2) Kualitas barang selalu menjadi penilaian tersendiri bagi konsumen dalam membentuk citra perusahaan 3) Harga di sesuaikan dengan kondisi toko 4) Nilai yang di keluarkan oleh konsumen sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen 5) Perasaan konsumen saat berada di toko saat membeli barang, hal ini terkait fasilitas yang diberikan toko 6) Penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap toko dalam segala aspek.

Sumber data : data di olah tahun 2019

2. Variabel Dependen

Tabel 2
Variabel Dependen

Variabel	Indikator
Kepuasan Konsumen (Y)	1) Melakukan pembelian kembali pada toko yang sama 2) Persepsi baik berkaitan dengan perusahaan 3) Konsumen tidak memperhatikan toko lain selaku pesaing 4) Membeli produk lain dalam satu toko

Sumber data : data di olah tahun 2019

Definisi Operasional Variabel

Tabel 3
Definisi Operasional Variabel

Kualitas Pelayanan (X1)	:	Tindakan yang memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen sehingga konsumen merasa di perlakukan seperti raja
Kelengkapan Produk (X2)	:	Keragaman produk yang memungkinkan konsumen selalu menemukan barang yang dibuthkan.
Citra Perusahaan/toko (X3)	:	Suatu pandangan yang ada pada benak konsumen tentan sebuah perusahaan
Kepuasan Kosnumen (Y)	:	Perasaan senang atas sebuah hasil dari kinerja suatu barang yang sesuai dengan ekpektasi konsumen.

Sumber data : data di olah tahun 2019

Populasi dan Sampel

Populasi yang di ambil dalam penelitian ini yaitu semua jumlah konsumen toko Elmalik yang berlokasi di jalan Jendral Sudirman no.28 kepanjin Sumenep yang jumlahnya tidak diketahui atau tidak terbatas, lokasi di tetapkan karena toko Elmalik tidak hanya terdapat satu toko melainakn ada dua toko Emalik lainnya yang lokasinya tidak jauh dari lokasi penelitian.

Berdasarkan jumlah populasi yang tidak terbatas maka penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini di ambil menggunakan rumus roscoe dalam Sugiono (2012:91) yang menyatakan bahwa jumlah populasi yang tidak di ketahui

jumlahnya dapat di sampel melalui perkalian minimal 10 kali lipat jumlah variabel bebas dan terikat. Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel bebas/Independen dan 1 variabel terikat/dependen sama dengan $4 \times 25 = 100$ repsonden. Jumlah 100 responden tersebut di ambil dengan menggunakan teknik sampling dengan kriteria, mengingat variabel yang digunakan adalah kepuasan konsumen maka kriteria tersebut adalah:

- 1) Konsumen yang minimal sudah membeli ke toko Elmalik minimal dua kali
- 2) Konsumen yang membeli di toko Elmalik yang berlokasi di

jalan Jendral Sudirman no. 28
Kepanjin Kabupaten Sumenep.

- 3) Konsumen yang di aggap oleh peneliti sebagai konsumen yang layak untuk menjawab anket mengingat tidak semua konsumen yang betul – betul bersedia mengisi anket.

Sumber Data

- 1) Data primer adalah data yang di ambil langsung dengan cara mengajukan anket kepada reponden dengan skala pengukuran *Likert*: 1) tidak setuju sama seklaai ; 2) tidak setuju; 3) cukup setuju; 4) setuju; 5) sangat setuju.
- 2) Data sekunder
Data yang di ambil melalu sumber yang mempunyai legallitas untuk mengeluarkan data seperti Bank Indonesia dalam penelitian data tentang SKDU

Teknik Analisa data

Uji Instrumen dengan Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji item pertanyaan yang sudah di ajukan kepada responden sudah bisa mengukur variabel yang digunakan atau tidak. Kuisisioner di katakan valid dilihat dari nilai $corrected(r_{hitung})$ dengan ketentuan valid jika nilai $corrected(r_{hitung})$ lebih besar dari r_{tabel} maka jawaban responden

terhadap kuisisioner yang di ajukan adalah valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden secara keseluruhan, nilai reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Uji Prasyarat Regresi Inier Berganda (Asumsi Klasik)

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat data yang dipakai dalam penelitian ini termasuk dalam data yang berdistribusi normal atau tidak. Regresi linier berganda mensyaratkan data yang di gunakan harus normal. Uji normalitas dilakukan melalui uji *KolmogorovSmirnov* dengan kriteria jika nilai sig. $> 0,05$ maka data tersebut di sebut sebagai data normal.

2) Uji Multikolinieriotas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji hubungan antar variabel bebas/Independen. Reregris yang baik seharusnya menggunakan variabel bebas yang tidak mempunyai hubungan terlalu kuat. Uji multikolinieritas diuji menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan nilai VIF harus berada di antara 1 – 10.

3) Uji Llinieritas

Uji linieritas digunakan untuk menguji hubungan linier antara variabel bebas/independen dengan variabel terikat/dependen. Uji

linieritas diuji dengan menggunakan *Test For Linierity* dengan ketentuan jika nilai *Deviatian from linierity* > 0,05 Maka hubungan linier antara variabel bebas/indeoenden dengan variabel terikat/dependen terjadi, sehingga pengujia dapat dilanjutkan.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji hubungan antar priode, namun karena dalam penelitian ini menggunakan data *cross section* maka pengujian dilakukan untuk menguji hubungan antar jawaban setiap responden. Uji autokorelasi diuji menggunakan *Durbin Watson* dengan ketentuan tidak terjadi autokorelasi jika nilai $du < dw < 4-du$, untuk mencari nilai d_l dan d_u maka diperlukan bantuan tabel dw untuk menentukannya.

5) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji ketidaksamaan varian berdasarkan residual untuk setiap variabel. Uji heteroskedastisitas diuji menggunakan scatter plot dengan ketentuan jikan gambar menyebar dengan acak serta tidak membentuk sebuah kemudian gambar titik menyebar di bawah dab di atas tititk 0 maka tidak terjadi heteriskedastisitas

Analisis regresi linier berganda

Pengujian dengan metode regresi linier berganda dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan citra perusahaan/toko guna memaksimalkan kepuasan konsumen toko Elmalik Sumenep, persamaan regresi linier berganda sebagaimana di kemukakan sugiono (2012:130):

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Keterangan

Y	=	Kepuasan konsumen
a	=	Konstanta
β_{123}	=	Koefisien X ₁₂₃
X ₁	=	Kualitas pelayanan
X ₂	=	Kelengkapan produk
X ₃	=	Citra merk

Uji masing – masing pengaruh variabel X terhadap Y (uji t persial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh satu persatu variabel X terhadap Y, pengaruh di jelaskan melalui perbandingan t statistik untuk setiap variabel dengan t yang di ambil melalui tabel. Berpengaruh jika t statistik lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan t tang di ambil melauai tabel.

Uji Bersama – sama pengaruh variabel X terhadap Y (uji simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengatahui pengaruh secara bersama – sama variabel Independen/bebas terhadap variabel dependen/erikat. Pengaruh variabel di jelaskan melaui perbandingan nilai F statistik dengan

nilai F yang di ambil melalui tabel. Berpengaruh jika F statistik lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan F yang di ambil melalui tabel.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah penjelasan tentang perubahan variabel terikat yang di jelaskan oleh variabel bebas. Perubahan variabel terikat sangat bergantung terhadap variasi perubahan variabel bebas. Selain itu koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar prosentase variabel independen/bebas menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen/terikat. Angka koefisien determinasi selalu berada di atas 0 dan di bawah satu atau $0 < R^2 < 1$.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner terhadap responden yang berjumlah total 100 responden, maka diketahui besaran responden berdasarkan jenis kelamin pria dan wanita sebagaimana tabel 4. Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah total secara keseluruhan sebanyak 100 responden terdiri dari 47 laki – laki dan 53 wanita. Wanita dalam hal ini lebih banyak jumlahnya dari pada pria itu di sebabkan

ketika belanja bulanan pada awal bulan biasa lebih banyak wanita dari pada laki – laki namun selebihnya netral atau sama saja anatar jumlah laki – laki dan perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner terhadap responden yang berjumlah total 100 responden, maka diketahui besaran responden berdasarkan usia sebagaimana tabel 5.

Tabel 5 menjelaskan jumlah mayoritas responden berdasarkan usia berpada pada usia 25 – 45 sebanyak 51% atau 51 responden yang kedua berpada di umur 15-25 tahun dan yang terakhir > 45 sebanyak 18 orang. Sesuai dengan penentuan sampel yang mempunyai kriteria nomer tiga pemilihan mayoritas responden berdasarkan usia bukan tanpa alasan karena dengan usia yang sudah tergolong di kisaran kepala tiga dan empat sudah pasti sering datang ke Elmalik untuk berbelanja.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner terhadap responden yang berjumlah total 100 responden, maka diketahui besaran responden berdasarkan pekerjaan sebagaimana tabel 6.

Tabel 4
Responden Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Prosentase	Jumlah
Pria	47 %	47 Orang
Wanita	53 %	53 Orang

Sumber data : data di olah tahun 2019

Tabel 5
Responden Usia

Usia	Prosentase	Jumlah
15 – 25 tahun	31 %	31 Orang
25 - 45 tahun	51 %	51 Orang
>45 tahun	18 %	18 Oranga

Sumber data : data di olah tahun 2019

Tabel 6
Responden Pekerjaan

Pekerjaan	Prosentase	Jumlah
Petani	4 %	4 Orang
Ibu Rumah Tangga	28 %	28 Orang
Wiraswasta	30 %	30 Orang
Pns	38 %	38 Orang

Sumber data : data di olah tahun 2019

Berdasarkan tabel 6 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terbagi atas petani, ibu rumah tangga, wiraswasta dan PNS. Responden terbanyak ada pada pekerjaan PNS karena untuk kecamatan kota Sumenep sendiri memang mayoritas masyarakat disana berprofesi sebagai PNS, sedangkan yang kedua terbanyak dari pekerjaan wiraswasta yang di dalamnya terdapat pegawai perusahaan atau lembaga swasta serta pedangan atau pengusaha, yang terkahir petani memiliki prosentasi paling kecil yaitu 4%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berikut adalah tabel hasil pengujian Validitas dan Reliabilitas yang di dapatkan dari jawaban 100 responden toko Elmalik Sumenep sebagaimana tabel 7.

Pada tabel 7 hasil uji kevalidan dan kehandalan kuisisioner menyatakan bahwa semua indikator atau instrumen untuk mengukur variable sudah dikatakan valid karena sesuai dengan kriteria validitas r hitung $>$ r tabel. Sedangkan untuk reliabilitas nilai Alpha dari seluruh variabel lebih besar dari 0,60 maka dapat di simpulkan bahwa pertanyaan yang di ajukan kepada responden sudah handa/reliabel.

Tabel 7
Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator	r hitung	r tabel	Ket.	Nilai Alpha	Ket.
X11a	,414	,1966	VALID	0,733	Reliabel
X12b	,528	,1966			
X13c	,479	,1966			
X14d	,545	,1966			
X15e	,533	,1966			
X21a	,328	,1966	VALID	0,680	Reliabel
X22b	,562	,1966			
X23c	,540	,1966			
X24d	,429	,1966			
X31a	,715	,1966	VALID	0,862	Reliabel
X32b	,580	,1966			
X33c	,740	,1966			
X34d	,655	,1966			
X35e	,548	,1966			
X36f	,710	,1966			
Y1	,466	,1966	VALID	0,818	Reliabel
Y2	,756	,1966			
Y3	,706	,1966			
Y4	,748	,1966			

Sumber data : data di olah tahun 2019

Uji Aumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 8
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Kolmogorov-Smirnov Z	,635
Asymp. Sig. (2-tailed)	,815

Sumber : data di olah tahun 2019

2) Uji Linieritas

Tabel 9
Uji Test For Linierity

Uji Linier	Sig. Deviation From Linierity
X1 → Y	0,136
X2 → Y	0,075
X3 → Y	0,883

Sumber : data di olah tahun 2019

Berdasarkan tabel 8 uji normalitas menyatakan data yang digunakan dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal, hal itu dibuktikan dari nilai sig 0,815 > 0,05 yang berarti data berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel 9 uji linieritas menunjukkan bahwa nilai sig. Deviation from linierity untuk semua variabel independen terhadap variabel dependen lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dijelaskan bahwa hubungan variabel X dan Y adalah Linier.

3) Uji Autokorelasi

Tabel 10
Uji Auto Korelasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,845 ^a	,714	,705	1,302	1,740

Sumber : data di olah tahun 2019

4) Uji Multikolinieritas

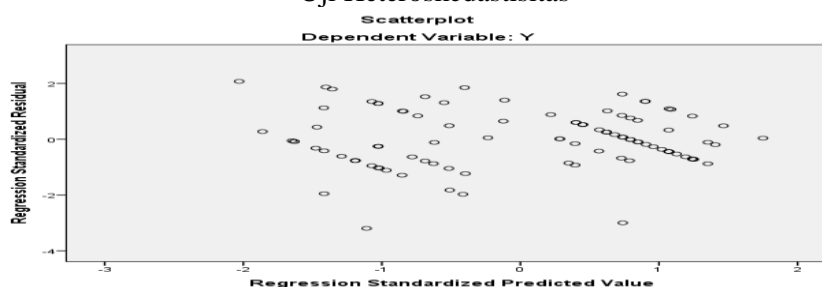
Tabel 11
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1KP	,370	2,705
X2KP	,617	1,620
X3CP	,354	2,828

Sumber : data di olah tahun 2019

5) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 11 uji multikolinieritas dilihat berdasarkan tabel VIF, tidak terjadi multikolinieritas jika nilai VIF berada di antara 1-10. Berdasarkan tabel di atas nilai VIF dari semua variabel nilainya berpada di antara 1-10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi hubungan antara variabel bebas.

Berdasarkan tabel 10 uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai

$dw = 1,740$, kriteria tidak terjadi autokorelasi jika nilai $du < dw < 4-du$ ($1,734 < 1,740 < 2,266$). Hal itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi.

Gambar 1 menjelaskan titik menyebar acak di bawah dan di atas titik nol serta tidak membuat atau memebntu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah.

Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan pengujian asumsi klasik dan semuanya terbebas dari masalah asumsi klasik maka bisa di lanjutkan pada pengujian regresi linier berganda, sebelum melakukan pengujian hipotesis terlebih dulu dibuat persamaan berdasarkan tabel 12.

Persaman di atas menunjukkan angka konstanta yang nilainya negatif artinya ketika kualitas layanan (X1), kelengkapan produk (X2) dan citra perusahaan (X3) sama dengan 0 maka konsumen tidak akan merasakan kepuasana sama sekali alias kepuasannya bernilai negatif.

Uji Parsial (uji t)

Berdasarkan tabel XII dapat dilihat bahwa nilai t hitung $X1 = 3,606$,

$X2 = 3,839$ dan $X3 = 4,005$, kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel = 1,984, sehingga nilai hitung baik X1, X2 dan X3 > t tabel yang artinya Hipotesis di terima berarti terdapat pengaruh masing – masing variabel X terhadap Y. Pengaruh tersebut adalah positif dan signifikan yang artinya semakin baik kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan citra perusahaan maka kepuasan konsumen akan semakin baik pula.

Uji Simultan (uji F)

Uji Simlultas atau biasa di sebut sebagai uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara bersama – sama variabel Independen/bebas terhadap Variabel dependen/terikat. Uji F dapat dilihat dari tabel 13

Tabel 12
Persaman Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	-1,995	1,434	-1,391	,167
1 X1	,348	,096	3,606	,000
X2	,336	,087	3,839	,000
X3	,230	,057	4,005	,000

Sumber : data diolah tahun 2019

$$Y = - 1,995 + 0,348 + 0,336 + 0,230$$

Tabel 13
Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	405,458	3	135,153	79,730	,000 ^b
Residual	162,732	96	1,695		
Total	568,190	99			

Sumber : data diolah tahun 2019

Tabel 14
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,845 ^a	,714	,705

Sumber : data diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel XIII dapat dilihat nilai F hitung = 79,730 dengan nilai sig. = 0,000. Untuk melihat terdapat pengaruh atau tidak yaitu dengan perbandingan nilai F dengan nilai F yang di ambil melalui bantuan tabel, jika nilai F hitung > F tabel maka secara simultan variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh terhadap Y. Nilai F hitung = 79,730 > F tabel = 2,47, berarti secara serentak kualitas pelayana, kelengkapan produk dan citra perusahaan mempengaruhi kepuasan konsumen toko Elmalik Sumenep.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 14 menjelaskan bahwa nilai R² = 0,705 mengambil dari nilai adjusted R square karena regresi yang di gunakan adalah regresi berganda. Nilai 0,705 menunjukkan bahwa 70,5% variabel kualitas pelayana, kelengkapan produk, dan citra perusahaan menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen toko Elmalik Sumenep

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan seharusnya menjadi hal yang di perhatikan oleh perusahaan karena variabel yang stau ini merupakan unggulan yang harus di miliki oleh setiap perusahaan yang kemudian di diharapkan dapat berdampak pada bertambahnya konsumen. Semakinn baik kualitas pelayanan pada sebuah perusahaan maka akan semakin baik kepuasan dirasakan konsumen, sebaliknya jika kualitas pelayanan semakin buruk maka konsumen juga akan mengalami penurunan terhadap kepuasana yang di rasakannya, menurut observasi yang dilakukan oleh peneliti sebenarnya kualitas pelayanan di Elmalik semakin lama justru semakin menurun mulai dari tempat berbelanja yang kurang nyaman baunya serta lorong tempat berbelanja terdapat barang yang berserakan, namun demikian konsumen tetap meimilih untuk melakukan perbelanjaan di toko tersebut karena kelengkapan produk merupakan variabel paling dominan mempengaruhi kepuasana konsumen.

Namun walaupun demikian bukan tidak mungkin orang mengalami kebosanan ketika permasalahan yang mungkin dianggap kecil di biarkan terus menerus akan menjadimalahkan di kemudian hari, sehingga hal – hal semacam itu harus di benahi dan di tingkatkan karena Elmalik adalah toko yang sudah sejak lama beridiri jangan hanya karena terbuay justru akan kalah dengan pesaing2 – pesaing baru yang kebanyakan dari mereka sudah mengedepankan kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tri Widodo (2016) yang berjudul “*Pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada swalayan Ada Baru di kota Salatiga)*”. Hasil penelitian tri juga menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh dengan nilai positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kelengkapan produk dalam penelitian ini merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, itu artinya bahwa konsumen yang melakukan belanja di toko Elmalik adalah konsumen yang lebih melihat kelengkapan produk di bandingkan dua variabel lainnya, berdasarkan observasi kelengkapan produk di toko Elmalik sudah bisa

dikatakan lengkap akan tetapi sesuai dengan hasil penelitian bahwa semakin baik kelengkapan produk maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen toko Elmalik, sehingga menjadi perlu untuk meningkatkan kelengkapan produk ini seperti halnya memperbanyak ragam produk dan varian barang serta mengadakan produk yang belum pernah di jual di toko Elmalik.

Sejalan dengan penelitian Ike Wulandari (2016) dengan judul “*Pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen supermarket Top Bangunan Kediri*”. Hasil penelitian menyebutkan kualitas kelengkapan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.

Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Citra perusahaan adalah sebuah pandangan konsumen tentang sebuah perusahaan, hasil penelitian menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, artinya ketika citra perusahaan baik maka kepuasan konsumenn akan baik. Elmalik merupakan toko retail yang sudah lama dan bisa dibilang toko elmalik adalah toko retail yang lebih dulu berdiri ketimbang toko – toko lain seperti surya dan sidogiri, untuk urusan citra elmalik lebih dulu sudah membentuk citra di benak konsumen

dan Elmalik bahkan sudah terkenal hingga ke pinggiran desa di Kabupaten Sumenep. Menurut observasi citra Elmalik selama ini cukup baik terkenal sebagai toko yang memiliki kelengkapan produk dan dengan harga yang bisa dijangkau oleh setiap kalangan bahkan relatif bersaing dengan kompetitor. Oleh sebab itu citra yang sudah dibentuk bisa di tingkatkan lagi atau paling tidak dipertahankan agar pandangan konsumen terhadap perusahaan tetap baik sehingga konsumen akan menginformasikan hal tersebut kepada orang di lingkungannya bahwa Elmalik adalah toko retail yang memiliki citra yang baik di mata konsumen.

Sejalan dengan penelitian Erwina Safitri (2014) yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas service center samsung Malang*". Hasil penelitian menyimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen service center samsung Malang.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dikemukakan di atas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Elmalik dengan nilai positif serta signifikan
- 2) Kelengkapan produk mempengaruhi kepuasan konsumen Elmalik dengan nilai positif serta signifikan, kelengkapan produk juga merupakan variable yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
- 3) Citra perusahaan mempengaruhi kepuasan konsumen Elmalik dengan nilai positif serta signifikan.

Saran

- 1) Elmalik seharusnya tidak puas dengan pencapaian saat ini dengan mengabaikan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan harus lebih ditingkatkan lagi agar konsumen tidak berpindah ke tempat lain mengingat tempat berbelanja terdapat bau menyengat dan barang berserakan di lorong tempat belanja.
- 2) Elmalik harus meningkatkan kelengkapan produk karena inilah yang menjadi alasan utama Elmalik digemari oleh konsumen.
- 3) Elmalik harus selalu mempertahankan citra yang sudah terbentuk selama ini dengan terus meningkatkan kualitas dan kuantitas perusahaan agar konsumen selalu berpandangan baik terhadap Elmalik.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, 2002. Strategi dan Program Pemasaran : Andi, Yogyakarta
- Danang, 2012. Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama. Caps. Yogyakarta
- Fandy, Tjiptono. 2004. Strategi Pemasaran. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2007. Analisis Multivariate Dengan SPSS. Cetakan Empat. Badan: Universitas Diponegoro : Semarang
- Hendri Ma'ruf, 2005, Pemasaran Ritel, Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- James F Enggel, 2010, Perilaku Konsumen Jilid I Edisi Keenam, Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Kotler and Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta, Bandung