
**PENGARUH *RETAIL SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN BERBELANJA DI METRO SWALAYAN SENAPELAN
PLAZA PEKANBARU**

Henni Noviasari dan Azrico

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau
Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru yang terletak di Jalan Teuku Umar no. 1 Lt. II. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel retail service quality, yang terdiri dari aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, dan kebijakan terhadap kepuasan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan penelitian dengan menggunakan 100 orang sampel. Metode pengambilan sampel dilakukan secara Accidental Sampling dan Purposive Sampling, dimana sampel yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah pengunjung Metro Swalayan yang ditemui secara kebetulan pada saat penelitian ini berlangsung.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan analisis secara simultan (analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 17.0). Namun, sebelum analisis tersebut dilakukan, jawaban responden per variabel ditransformasikan terlebih dahulu menjadi jawaban yang berskala interval dengan menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI) dengan bantuan program ORDİ versi 1.0, untuk mendapatkan gambaran jawaban responden yang lebih tajam dan akurat. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, uji regresi simultan (Uji F) menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Besar pengaruh yang ditimbulkan (R^2) oleh kelima variabel ini secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya hanya 0,486 atau 48,6% saja, sedangkan sisanya sebesar 0,514 atau 51,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan, dan kepuasan konsumen.*

PENDAHULUAN

Salah satu aktivitas perdagangan berbentuk bisnis ritel yang paling menonjol saat ini adalah keberadaan pusat perbelanjaan modern yang meliputi mall, kompleks pertokoan, *café*, *department store*, *minimarket*, *supermarket* hingga *hypermarket*. Bisnis ritel yang semula dipandang hanya sebatas penyedia barang dan jasa saja, sekarang menjadi suatu bisnis yang semakin inovatif, dinamis, dan kompetitif dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumennya berdasarkan kebutuhan, keinginan dan kepuasan konsumennya.

Disamping itu, kualitas pelayanan juga perlu diterapkan dengan baik untuk menjamin keberlangsungan operasional perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan, menimbulkan kepuasan, dan pada akhirnya akan menciptakan sekelompok orang yang loyal pada perusahaan. Adapun faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan merupakan bagian yang terintegrasi kedalam kualitas pelayanan ritel ini diantaranya aspek fisik (*physical aspect*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*), dan kebijakan (*policy*).

Salah satu *retail* yang telah cukup lama berdiri di kota Pekanbaru saat ini adalah Metro Swalayan yang terletak di Senapelan Plaza Pekanbaru. Sejak berdirinya pada tahun 2004, Metro Swalayan Senapelan Plaza telah melakukan berbagai macam usaha untuk memberikan kepuasan bagi para konsumen yang berkunjung ke swalayan ini. Salah satu usaha yang sedang giat-giatnya dilakukan oleh pihak pengelola Metro Swalayan adalah menerapkan konsep-konsep *retail service quality* untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang tidak terlupakan bagi konsumen.

Pada konsep kualitas pelayanan ritel (*retail service quality*) ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu, aspek fisik (*physical aspects*), reliabilitas (*reliability*), interaksi personal (*personal interaction*), pemecahan masalah (*problem solving*) dan kebijakan-kebijakan yang diambil peritel (*policy*). Hal ini menjadi sangat krusial karena konsumen akan mencapai kepuasan maksimal apabila mendapatkan pelayanan yang prima dan tepat sasaran.

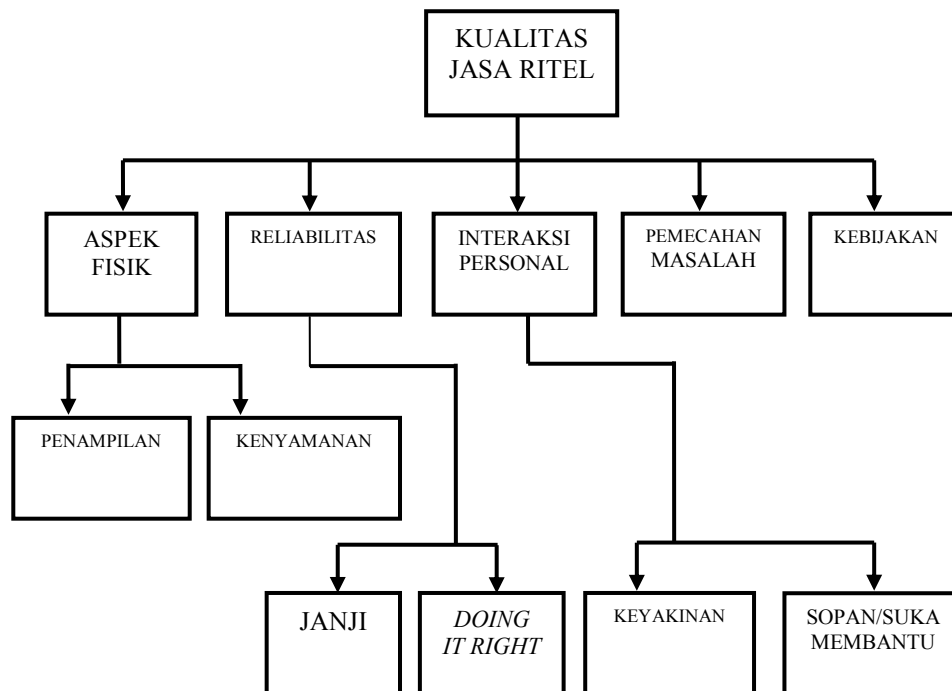
Dengan demikian, secara komprehensif ritel dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terkait dengan aktivitas penjualan ataupun distribusi barang dan jasa secara langsung kepada konsumen akhir, di mana secara fokus aktivitas tersebut diarahkan untuk menambah nilai barang dan jasa untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis.

Setiap pengunjung yang datang berbelanja di toko swalayan harus melayani diri sendiri. Pembeli mencari barang keperluannya sendiri dengan terlebih dahulu mengambil keranjang atau *trolly* yang disediakan sebagai tempat barang-barang yang akan dibelinya. Setelah memilih barang, pembeli bisa membawa barang tersebut ke meja kasir untuk melakukan proses pembayaran.

Dalam model yang mereka kembangkan, kualitas jasa ritel dievaluasi pada tiga level berbeda : level dimensi, level keseluruhan (*overall*), dan level sub-dimensi. Dimensi kualitas jasa ritel meliputi 5 faktor utama :

1. Aspek fisik (*physical aspects*), meliputi penampilan fasilitas fisik dan kenyamanan yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan dengan layout fasilitas fisik.
2. Reliabilitas (*reliability*), yang pada prinsipnya sama dengan dimensi reliabilitas pada model SERVQUAL. Hanya saja, di sini reliabilitas dipilah ke dalam 2 sub-dimensi, yaitu memenuhi janji (*keeping promise*) dan memberikan layanan dengan tepat (*doing it right*).
3. Interaksi personal (*personal interaction*), mengacu pada kemampuan karyawan jasa dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan sikap sopan/suka membantu. Pada prinsipnya, dimensi ini merefleksikan cara karyawan memperlakukan para pelanggan.
4. Pemecahan masalah (*problem solving*), berkaitan dengan penanganan retur, penukaran, dan komplain.
5. Kebijakan (*policy*), mencakup aspek-aspek kualitas jasa yang secara langsung dipengaruhi kebijakan toko, seperti jam operasi, fasilitas parkir, dan pemakaian kartu kredit.

Gambar 1
Retail Service Quality Model



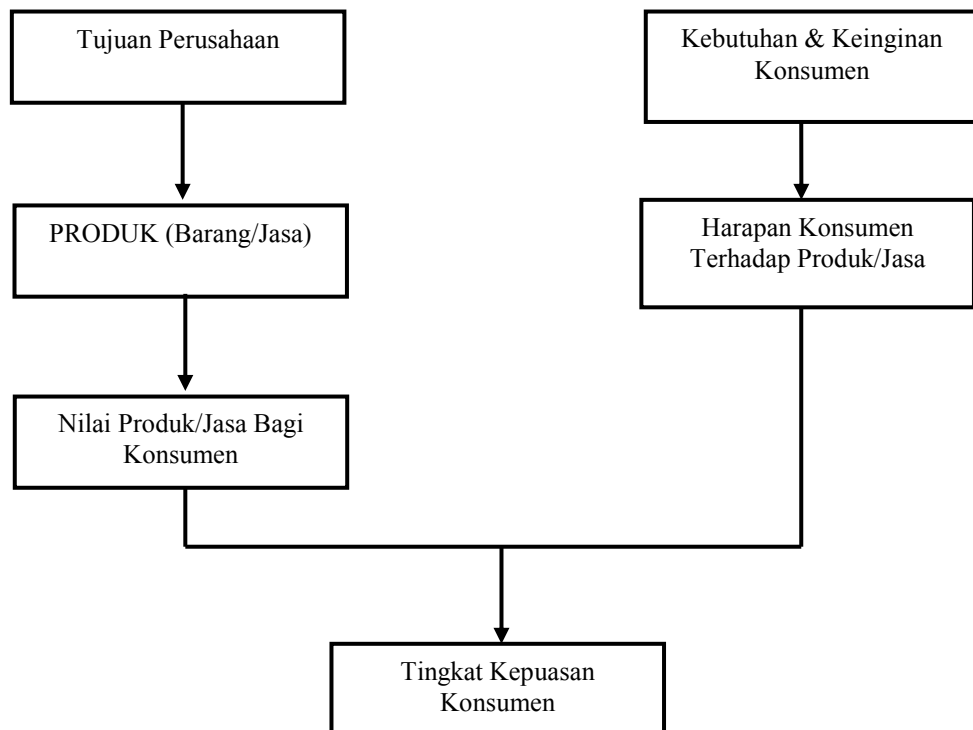
Sumber : Tjiptono dan Chandra, 2007:165

Salah satu tujuan utama dari pada pemberian pelayanan yang berkualitas adalah agar konsumen merasa puas dengan barang dan jasa yang diberikan oleh produsen atau merasa puas setelah membeli, sehingga pada akhirnya diharapkan konsumen akan loyal terhadap barang dan jasa ataupun kepada produsen itu sendiri.

Kepuasan konsumen tergantung kepada kinerja yang ditawarkan dikaitkan dengan penghargaan (*expectation*) konsumen. Kepuasan merupakan fungsi dari yang dirasakan dan yang diharapkan. Pengharapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, saran teman atau kerabat, dan janji dan informasi yang diberikan oleh pemasar dan pesaing, masalah kepuasan konsumen merupakan masalah perseorangan yang sifatnya subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan oleh orang lain.

Konsep Kepuasan Konsumen

Gambar 2
Konsep Kepuasan Konsumen



Sumber : Tjiptono, 1997 : 25

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesa penelitian ini adalah sebagai berikut: “Diduga variabel *retail service quality* yang terdiri dari aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, dan kebijakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru”.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Retail service quality (X)	Tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen/pe langgan yang diberikan oleh peritel atau pengelola usaha ritel (Wiyono dan Wahyuddin, 2005).	Aspek fisik (X_1) : meliputi penampilan fasilitas fisik dan kenyamanan yang ditawarkan kepada pelanggan berkaitan dengan layout fasilitas fisik.	- Peralatan dan perlengkapan yang ada - Fasilitas fisik di dalam Swalayan - Kebersihan Swalayan - Tata letak di dalam Swalayan	Ordinal
		Reliabilitas (X_2) : keandalan dalam memenuhi janji (<i>keeping promise</i>) dan memberikan layanan dengan tepat (<i>doing it right</i>).	- Ketepatan janji personil Swalayan - Ketepatan pelayanan - Bebas dari kesalahan transaksi penjualan	Ordinal
		Interaksi personal (X_3) : kemampuan karyawan jasa dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan sikap sopan/suka membantu.	- Pengetahuan karyawan Swalayan - Perilaku karyawan Swalayan - Keamanan dalam berbelanja - Pelayanan yang cepat - Konsistensi kesopanan karyawan Swalayan	Ordinal
		Pemecahan masalah (X_4) : berkaitan dengan penanganan retur, penukaran, dan komplain.	- Pengembalian dan penukaran barang - Pemecahan masalah konsumen - Penanganan keluhan konsumen secara cepat	Ordinal
		Kebijakan (X_5) : mencakup aspek-aspek kualitas jasa yang secara langsung dipengaruhi kebijakan toko. (Tjiptono dan Chandra 2007 : 163)	- Kualitas barang yang ditawarkan - Ketersediaan tempat parkir - Jam operasi Swalayan - Pembayaran dengan kartu kredit. - Kartu keanggotaan (<i>membership card</i>).	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler, 2005 : 70)		- Keseluruhan <i>Retail service quality</i> yang dimiliki Swalayan - Frekuensi berbelanja - Pengaruh kenaikan harga - <i>Words of mouth</i> - Perhatian kepada Swalayan (<i>attention</i>)	Ordinal

HASIL DAN PEMBAHASAN
Uji Validitas dan Reliabilitas**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Aspek Fisik (X_1)**

No.	Pernyataan	Korelasi <i>item</i> terhadap total korelasi (<i>r</i> hitung)	Nilai <i>r</i> Pearson (<i>r</i> tabel)	Kesimpulan
1	Swalayan ini memiliki peralatan dan perlengkapan yang tampak modern	0,465	0,361	Valid
2.	Fasilitas fisik di Swalayan ini secara visual menarik	0,404	0,361	Valid
3	Swalayan ini terlihat bersih, menarik, dan nyaman	0,480	0,361	Valid
4	Tata letak produk di Swalayan ini memudahkan Anda untuk menemukan apa yang Anda butuhkan	0,370	0,361	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Reliabilitas (X_2)

No.	Pernyataan	Korelasi <i>item</i> terhadap total korelasi (<i>r</i> hitung)	Nilai <i>r</i> Pearson (<i>r</i> tabel)	Kesimpulan
1	Ketika Swalayan ini berjanji akan melakukan sesuatu di waktu tertentu, ia akan melakukannya (seperti : voucher belanja, undian berhadiah, dan potongan harga)	0,578	0,361	Valid
2.	Swalayan melakukan pelayanan yang baik pada setiap kali Anda berkunjung	0,502	0,361	Valid
3	Swalayan ini hampir tidak pernah melakukan kesalahan pada setiap kali Anda bertransaksi	0,393	0,361	Valid

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Interaksi Personal (X₃)

No.	Pernyataan	Korelasi <i>item</i> terhadap total korelasi (<i>r</i> hitung)	Nilai <i>r</i> Pearson (<i>r</i> tabel)	Kesimpulan
1	Setiap pertanyaan atau keluhan yang Anda sampaikan di respon dengan baik oleh karyawan Swalayan ini	0,526	0,361	Valid
2	Perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan Swalayan ini membuat Anda yakin untuk berbelanja di Swalayan ini	0,532	0,361	Valid
3	Anda merasa aman bertransaksi di Swalayan ini	0,428	0,361	Valid
4	Karyawan di Swalayan ini memberikan pelayanan yang cepat kepada Anda	0,503	0,361	Valid
5	Karyawan di Swalayan ini selalu menjaga sopan santunnya ketika Anda berbelanja	0,647	0,361	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Pemecahan Masalah (X₄)

No.	Pernyataan	Korelasi <i>item</i> terhadap total korelasi (<i>r</i> hitung)	Nilai <i>r</i> Pearson (<i>r</i> tabel)	Kesimpulan
1	Swalayan ini mau menangani pengembalian dan pertukaran barang yang sudah dibeli	0,474	0,361	Valid
2	Ketika Anda memiliki masalah dalam berbelanja, swalayan ini menunjukkan keinginan yang tulus dalam memecahkannya	0,746	0,361	Valid
3	Swalayan ini dapat menangani keluhan Anda secara langsung	0,461	0,361	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kebijakan (X_5)

No.	Pernyataan	Korelasi <i>item</i> terhadap total korelasi (<i>r</i> hitung)	Nilai <i>r</i> Pearson (<i>r</i> tabel)	Kesimpulan
1	Swalayan ini menawarkan barang-barang berkualitas tinggi	0,548	0,361	Valid
2	Swalayan ini menyediakan tempat parkir yang nyaman	0,507	0,361	Valid
3	Swalayan ini memiliki jam operasi yang panjang	0,442	0,361	Valid
4	Swalayan ini menerima pembayaran dengan kartu kredit	0,447	0,361	Valid
5	Swalayan ini menawarkan kartu keanggotaan (<i>member card</i>)	0,476	0,361	Valid

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	Korelasi <i>item</i> terhadap total korelasi (<i>r</i> hitung)	Nilai <i>r</i> Pearson (<i>r</i> tabel)	Kesimpulan
1	Anda merasa puas terhadap aspek fisik yang dimiliki oleh Swalayan ini	0,468	0,361	Valid
2	Anda merasa puas terhadap reliabilitas (keandalan) yang dimiliki oleh Swalayan ini	0,572	0,361	Valid
3	Anda merasa puas terhadap interaksi personal yang ditunjukkan oleh karyawan di Swalayan ini	0,608	0,361	Valid
4	Anda merasa puas terhadap pemecahan masalah yang ditunjukkan oleh Swalayan ini	0,696	0,361	Valid
5	Anda merasa puas terhadap kebijakan yang dijalankan oleh Swalayan ini	0,703	0,361	Valid

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Aspek Fisik (X₁)

No.	Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Swalayan ini memiliki peralatan dan perlengkapan yang tampak modern	0,733	0,741	Reliabel
2	Fasilitas fisik di Swalayan ini secara visual menarik	0,735	0,741	Reliabel
3	Swalayan ini terlihat bersih, menarik, dan nyaman	0,733	0,741	Reliabel
4	Tata letak produk di Swalayan ini memudahkan Anda untuk menemukan apa yang Anda butuhkan.	0,735	0,741	Reliabel

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Reliabilitas (X₂)

No.	Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Ketika Swalayan ini berjanji akan melakukan sesuatu di waktu tertentu, ia akan melakukannya (seperti : voucher belanja, undian berhadiah, dan potongan harga)	0,731	0,741	Reliabel
2	Swalayan melakukan pelayanan yang baik pada setiap kali Anda berkunjung	0,731	0,741	Reliabel
3	Swalayan ini hampir tidak pernah melakukan kesalahan pada setiap kali Anda bertransaksi	0,736	0,741	Reliabel

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Interaksi Personal (X₃)

No.	Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Setiap pertanyaan atau keluhan yang Anda sampaikan di respon dengan baik oleh karyawan Swalayan ini	0,733	0,741	Reliabel
2	Perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan Swalayan ini membuat Anda yakin untuk berbelanja di Swalayan ini	0,730	0,741	Reliabel
3	Anda merasa aman ketika bertransaksi di Swalayan ini	0,734	0,741	Reliabel
4	Karyawan di Swalayan ini memberikan pelayanan yang cepat kepada Anda	0,732	0,741	Reliabel
5	Karyawan di Swalayan ini selalu menjaga sopan santunnya ketika Anda berbelanja	0,727	0,741	Reliabel

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemecahan Masalah (X₄)

No.	Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Swalayan ini mau menangani pengembalian dan pertukaran barang yang sudah dibeli	0,733	0,741	Reliabel
2	Ketika Anda memiliki masalah dalam berbelanja, swalayan ini menunjukkan keinginan yang tulus dalam memecahkannya	0,724	0,741	Reliabel
3	Swalayan ini dapat menangani keluhan Anda secara langsung	0,735	0,741	Reliabel

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebijakan (X₅)

No.	Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Swalayan ini menawarkan barang-barang berkualitas tinggi	0,732	0,741	Reliabel
2	Swalayan ini menyediakan tempat parkir yang nyaman	0,734	0,741	Reliabel
3	Swalayan ini memiliki jam operasi yang panjang	0,735	0,741	Reliabel
4	Swalayan ini menerima pembayaran dengan kartu kredit	0,733	0,741	Reliabel
5	Swalayan ini menawarkan kartu keanggotaan (<i>member card</i>)	0,732	0,741	Reliabel

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
1	Anda merasa puas terhadap aspek fisik yang dimiliki oleh Swalayan ini	0,734	0,741	Reliabel
2	Anda merasa puas terhadap reliabilitas (keandalan) yang dimiliki oleh Swalayan ini	0,732	0,741	Reliabel
3	Anda merasa puas terhadap interaksi personal yang ditunjukkan oleh karyawan di Swalayan ini	0,731	0,741	Reliabel
4	Anda merasa puas terhadap pemecahan masalah yang ditunjukkan oleh Swalayan ini	0,726	0,741	Reliabel
5	Anda merasa puas terhadap kebijakan yang dijalankan oleh Swalayan ini	0,728	0,741	Reliabel

Hasil Analisis Regresi**456****.Coefficients^a**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.850	1.808		-.470	.639		
	Aspek Fisik	.193	.128	.143	1.509	.135	.610	1.640
	Reliabilitas	.015	.145	.009	.105	.917	.698	1.432
	Interaksi Personal	.267	.094	.255	2.847	.005	.680	1.470
	Pemecahan Masalah	.533	.139	.342	3.835	.000	.687	1.455
	Kebijakan	.194	.111	.168	1.745	.084	.592	1.690
F hitung		F tabel	t tabel	R	R ²			
17.788		2.311	1.985	0.697	0.486			

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan gambaran umum hasil analisis regresi yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diketahui persamaan regresi linear berganda di dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,850 + 0,193X_1 + 0,015X_2 + 0,267X_3 + 0,533X_4 + 0,194X_5 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Konsumen
- β_0 = Konstanta (nilai intersep)
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien regresi
- X_1 = Aspek Fisik
- X_2 = Reliabilitas
- X_3 = Interaksi Personal
- X_4 = Pemecahan Masalah
- X_5 = Kebijakan
- e = Kelonggaran ketidaktelitian yang masih dapat ditoleransi karena kesalahan pengambilan sampel

Adapun pengertian dari persamaan di atas adalah sebagai berikut :

- Nilai $\beta_0 = -0,850$ menunjukkan bahwa apabila variabel aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, dan kebijakan bernilai nol atau tidak memiliki nilai, maka kepuasan konsumen akan bernilai sebesar -0,850 satuan, dengan asumsi bahwa variabel-variabel lainnya tidak berubah.
- Nilai $\beta_1 = 0,193$ menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel aspek fisik, maka akan menambah 0,193 satuan kepuasan konsumen, dengan asumsi bahwa variabel-variabel lainnya tidak berubah.
- Nilai $\beta_2 = 0,015$ menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel reliabilitas, maka akan menambah 0,015 satuan kepuasan konsumen, dengan asumsi bahwa variabel-variabel lainnya tidak berubah.
- Nilai $\beta_3 = 0,267$ menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel interaksi personal, maka akan menambah 0,267 satuan kepuasan konsumen, dengan asumsi bahwa variabel-variabel lainnya tidak berubah.
- Nilai $\beta_4 = 0,533$ menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel pemecahan masalah, maka akan menambah 0,533 satuan kepuasan konsumen, dengan asumsi bahwa variabel-variabel lainnya tidak berubah.
- Nilai $\beta_5 = 0,194$ menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel kebijakan, maka akan menambah 0,194 satuan kepuasan konsumen, dengan asumsi bahwa variabel-variabel lainnya tidak berubah.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru adalah faktor pemecahan masalah, yang meliputi pengembalian dan penukaran barang, pemecahan masalah konsumen, dan penanganan keluhan konsumen secara cepat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian tentang Pengaruh *Retail Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa kelima variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru. Sedangkan dari hasil uji t, diketahui bahwa secara parsial, hanya dua variabel bebas saja dari lima variabel bebas yang diteliti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru, yaitu variabel interaksi personal dan variabel pemecahan masalah.

Sementara itu, tiga variabel bebas yang lainnya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru.

2. Dari angka koefisien determinasi berganda dapat disimpulkan bahwa pengaruh yang ditimbulkan oleh kelima variabel bebas, yaitu variabel aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, dan kebijakan secara simultan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru adalah sebesar **48,6%** saja meskipun hubungan yang terjadi diantara variabel-variabel bebas dengan variabel terikat pada penelitian ini adalah hubungan yang kuat. Hal ini disebabkan oleh tidak signifikannya pengaruh yang ditimbulkan oleh beberapa variabel bebas yang diuji secara parsial terhadap variabel terikat pada penelitian ini. Oleh sebab itu, hasil yang berbeda bisa saja terjadi apabila persoalan tersebut bisa diatasi pada penelitian lainnya di waktu yang akan datang, misalnya dengan cara menambah atau mengganti indikator-indikator yang digunakan pada variabel-variabel tertentu.
3. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru adalah faktor pemecahan masalah, yang meliputi pengembalian dan penukaran barang, pemecahan masalah konsumen, dan penanganan keluhan konsumen secara cepat.

Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dari segi aspek fisik — yang tidak berpengaruh signifikan pada penelitian ini — pihak pengelola perlu memperhatikan peralatan dan perlengkapan yang lebih modern agar para pengunjung merasa nyaman ketika berkunjung. Selain itu, fasilitas fisik swalayan seperti cat ruangan agar di perbarui karena sudah terlihat agak kusam. Selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan didalam swalayan setiap waktu karena ini juga sangat diperhatikan oleh konsumen. Tata letak produk-produk sebaiknya ditinjau ulang kembali agar lebih memudahkan konsumen mencari barang yang mereka cari.
2. Untuk segi reliabilitas, pihak pengelola harus menepati janji terhadap promo-promo yang telah lakukan seperti kupon voucher belanja, pengelola harus konsisten terhadap waktu pencabutan undian/ kupon tersebut. Disamping itu, pihak swalayan harus selalu melakukan pelayanan yang baik kepada setiap pengunjung yang datang. Hal yang paling krusial adalah masalah transaksi di dalam berbelanja, pihak pengelola harus selalu melakukan pengawasan yang ketat terhadap kasir-kasir yang bekerja agar tidak terjadi kesalahan dalam penghitungan belanja konsumen.
3. Untuk segi kebijakan, pihak pengelola harus selalu menjaga kualitas barang yang akan di jual agar para konsumen yang datang tidak merasa kecewa terhadap barang yang sudah mereka beli nantinya.
Tempat parkir sebaiknya dibicarakan dengan pihak pengelola Plaza/Mall agar dapat di perluas lagi, sehingga para pengunjung yang datang dapat dengan

nyaman memarkir kendaraan mereka. Disamping itu pihak swalayan juga sebaiknya menyediakan/ menerima pembayaran dengan kartu kredit agar lebih memudahkan para konsumen dalam berbelanja. Dan pihak swalayan juga harus lebih meningkatkan program kartu keanggotaan (*member card*) yang selama ini telah dijalankan, agar lebih menarik minat konsumen untuk berbelanja ke Metro Swalayan.

4. Untuk dua aspek lainnya, yaitu interaksi personal dan pemecahan masalah, sebaiknya perlu ditingkatkan lagi dalam merespon segala keluhan konsumen, meskipun pada saat ini sudah baik dan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Bagi peneliti lainnya yang ingin melanjutkan penelitian ini atau menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan rujukan ilmiah, maka untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan variabel terikat lainnya seperti keputusan pembelian dan bisa juga meneliti pada pusat perbelanjaan modern lainnya, seperti : mall, *hypermarket*, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, Nor Khalidah. 2004. "Service Quality Dimensions: A Study on Various Sizes of Grocery Retailers –A conceptual Paper"
- Atmawati, Rustika dan M. Wahyuddin. 2004. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall"
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kalimin, Laode. 2008. *Metode Transformasi Data*. Artikel analisis data
- Kinnear, Thomas C & Taylor, James R, 1997, *Riset Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketiga, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan & Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba 4
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Salemba Empat
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesebelas. Jakarta : PT. Intan Sejati Klaten
- Leen, Jasmine Yeap Ai dkk. 2003. "Validating A Retail Service Quality Instrument In Apparel Specialty Stores"
- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, 2006. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analisis)*. Bandung : Alfabeta.

-
- Santoso, Singgih. 2001. *Buku Latihan SPSS Edisi Kedua*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Schiffman, Leon G. dan Leslie L. Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Subroto, Budiarto dan Freddy Seven Putra. 2008. "Pengaruh *Retailing Mix* dan *Retail Service Quality* terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya terhadap Keinginan Berperilaku Konsumen (Studi Kasus pada Hypermart Bandung Indah Plaza) di Kota Bandung"
- Sugiarto dan Dergibson Siagian. 2002. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- _____. 2004. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- _____. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sukawati. 2007. "Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pita Maha A Tjampuhan Resort dan Spa di Ubud Bali"
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi kedua. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Trihendradi, Cornelius. *Step by Step SPSS 16 Analisis Data Statistik* Edisi Kedua. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Umar, Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- _____. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi Kedua*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel, Stratrgi dan Implementasi Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran Ritel*. Jakarta : PT. Indeks
- Wiyono, Azis Slamet dan M. Wahyuddin. 2005. "Studi Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen di Rumah Sakit Islam Manisrenggo Klaten"