

PENGARUH HARGA, SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO SHOPAHOLIC KOTA BANJARBARU

Azmy Azkiyati¹, Aida Vitria², Syahrani³
Email : azmyazkiyati0@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis harga, suasana toko dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Shopaholic Kota Banjarbaru, (2) menganalisis harga, suasana toko dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Shopaholic Kota Banjarbaru dan (3) untuk menganalisis dan mengetahui variabel harga, suasana toko dan kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Shopaholic Kota Banjarbaru. Jenis penelitian yang digunakan bersifat data kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah yang pernah berkunjung dan membeli produk minimal 3 kali sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh harga, suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Shopaholic Banjarbaru dengan persamaan regresinya yakni $Y = 2.586 + 0,001X_1 + 0,214X_2 + 0,305X_3 + e$.

Kata Kunci : Harga, Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to (1) analyze price, store atmosphere and service quality simultaneously affect consumer satisfaction at Shopaholic Stores in Banjarbaru City, (2) analyze prices, store atmosphere and service quality partially affect consumer satisfaction at Shopaholic Shops in Banjarbaru City and (3) to analyze and find out the variables of price, store atmosphere and service quality which have a dominant influence on consumer satisfaction at the Shopaholic Shop in Banjarbaru City. The type of research used is quantitative data. The sample in this study were 100 respondents who had visited and bought the product at least 3 times. The data analysis technique used multiple linear regression analysis techniques. The results of this study found that there was an effect of price, store atmosphere and service quality on consumer satisfaction at Shopaholic Banjarbaru Stores with the regression equation $Y = 2.586 + 0.001X_1 + 0.214X_2 + 0.305X_3 + e$.

Keywords: Price, Store Atmosphere, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan sekiranya Shopaholic Kota Banjarbaru memberikan perhatian khusus kepada konsumen, siap tanggap dalam membantu dan merespon kebutuhan maupun keluhan konsumen, serta mampu memahami apa saja hal yang dibutuhkan oleh konsumen.
2. Untuk meningkatkan persepsi harga sekiranya Shopaholic Kota Banjarbaru lebih konsisten dalam menentukan harga yang artinya tidak terjadi perubahan harga dalam jangka waktu yang cukup lama sehingga harga yang ditawarkan pun dapat diterima oleh konsumen, dengan demikian diharapkan kepuasan konsumen lebih meningkat lagi dari sebelumnya.
3. Untuk meningkatkan suasana toko sekiranya Shopaholic Kota Banjarbaru perlu memperhatikan tata letak rak-rak yang ada ditoko untuk ditata lebih menarik lagi, dan perlu ditambahkan aroma khas dari wangi produk agar konsumen merasakan kenyamanan berada disana.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, & Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Indeks Gramedia.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Pusaka Baru.
- Cockrill, A., & Guston, M. M. (2018). Perceived Price and Price Decay. *Journal of Product and Brand Management, Volume 19*, 367-374.
- Ghazali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ibrahim, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Latan, H. (2018). *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi Menggunakan IBM SPSS 25.0*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Moleong, L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit PT Remaja Rosda Karya.
- Priyatno, D. (2018). *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Pusaka.
- Sugiyono. (2018). *Metode Peneilitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran, Edisi 5*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.