

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG PASAR BESTARI  
BINTAN CENTER DI BAWAH NAUNGAN PT. SINAR  
BAHAGIA GROUP TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**BUDI SANTOSA**

**NIM : 15612295**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG PASAR BESTARI  
BINTAN CENTER DI BAWAH NAUNGAN PT. SINAR  
BAHAGIA GROUP TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

OLEH

**BUDI SANTOSA**

**NIM : 15612295**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2019**

TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUASAN PEDAGANG PASAR BESTARI BINTAN CENTER DI  
BAWAH NAUNGAN PT. SINAR BAHAGIA GROUP  
TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada:

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh

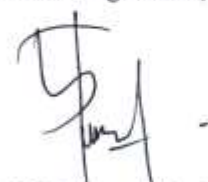
NAMA : BUDI SANTOSA  
NIM : 15612295

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

  
Yudi Carsana, S.E., M.M.  
NIDN.1016076601 / Asisten Ahli

  
Selvi Fauzar, S.E., M.M.  
NIDN. 1001109101 / Asisten Ahli

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

  
  
Dwi Septi Haryani, S.T., M.M.  
NIDN.1002078602 / Lektor

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUASAN PEDAGANG PASAR BESTARI BINTAN CENTER DI  
BAWAH NAUNGAN PT. SINAR BAHAGIA GROUP  
TANJUNGPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA : BUDI SANTOSA  
NIM : 15612295

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Tiga Belas  
Bulan Januari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dan Dinyatakan  
Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua



Yudi Carsana, S.E., M.M.  
NIDN. 1016076601 / Asisten Ahli

Sekretaris



Satriadi, S.AP., M.Sc.  
NIDN. 1011108901 / Lektor

Anggota,



Eka Kurnia Saputra, S.T., M.M.  
NIDN. 1011088902 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, 13 Januari 2020  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Ketua,



Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA.  
NIDN. 1029127801 / Lektor

## PERNYATAAN

Nama : Budi Santosa  
Nim : 15612295  
Tahun Angkatan : 2015  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,21  
Program Studi / Jenjang : Manajemen / Strata I  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Bestari Bintang Center Di Bawah Naungan PT. Sinar Bahagia Group Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 13 Januari 2020

Penyusun



BUDI SANTOSA  
NIM. 15612295

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Alhamdulillah.... dengan ridha-Mu ya Allah.....Amanah ini telah selesai, salah satu jihad yang mulia mencari ilmu. Satu Cita telah ku gapai, namun tidak membuatku lalai, melainkan titik awal langkah menjalankan jihad lainnya dengan bekal amanah gelar yang ku terima.**

**Kupersembahkan karya kecil ini untuk:**

- **Ayahku Alm. Karidin**
- **Ibuku Heriyati**
- **Abangku Yosep Heryanto**
- **Kakakku Septiani Kardelayati**
- **Abangku Hendra Riyadi**

## **HALAMAN MOTTO**

**“Sesungguhnya perintah-Nya apabila Dia menghendaki sesuatu hanyalah berkata kepadanya: “Jadilah!” maka terjadilah ia”.**

**(QS. Yasin: 82)**

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu wata'ala yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis diberikan kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan serta diberikan keberkahan akan ilmu dan pengetahuan sehingga penulis tetap dapat segala ikmat yang diberikan. Serta tidak lupa penulis hanturkan Shalawat beriring salam kepada Nabi Besar Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam.

Syukur alhamdulillah, berkat keridhoan-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Bestari Bintan Center Di Bawah Naungan PT. Sinar Bahagia Group Tanjungpinang" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan pikiran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, SE. M.Ak. Ak. CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, SE. M.Si. Ak. CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.



3. Ibu Sri Kurnia, SE. Ak. M.Si. CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, MM. selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Ibu Dwi Septi Haryani, ST. MM. selaku Ketua Program Studi Strata I Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Octojaya Abriyoso, S.I.Kom. MM. selaku Sekretaris Program Studi Strata I Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
7. Bapak Yudi Carsana, SE. MM. selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan selama penulisan skripsi ini.
8. Ibu Selvi Fauzar, SE. MM. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan selama penulisan skripsi ini
9. Bapak Ir. Dasmin selaku Kepala Pasar Bintan Center beserta Staff yang telah membantu dan mendukung sehingga skripsi ini dapat selesai.
10. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
11. Bapak dan Ibu Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
12. Dwi Maylin yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Dan pihak-pihak terkait dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan bagi mahasiswa pendidikan pada khususnya.

Tanjungpinang, 13 Januari 2020

Penulis

**BUDI SANTOSA**

NIM. 15612295

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Ilmiah .....	5
1.4.2. Manfaat Praktis .....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1. Tinjauan Teori .....	8
2.1.1. Manajemen.....	8
2.1.1.1. Definisi Manajemen .....	8
2.1.1.2. Manajemen Sumber Daya Manusia.....	9
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.2.3. Prinsip Kualitas Pelayanan .....	12

2.1.2.4.	Kesenjangan Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.2.5.	Faktor-faktor Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.3.	Fasilitas .....	16
2.1.3.1.	Definisi Fasilitas .....	16
2.1.3.2.	Indikator Fasilitas .....	17
2.1.3.3.	Faktor-faktor Fasilitas.....	18
2.1.4.	Kepuasan Pedagang .....	20
2.1.4.1.	Definisi Kepuasan Pedagang .....	20
2.1.4.2.	Indikator Kepuasan Pedagang .....	21
2.1.4.3.	Faktor-faktor Kepuasan Pedagang.....	22
2.2.	Kerangka Pemikiran .....	24
2.3.	Hipotesis .....	25
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	29
3.2.	Jenis Data.....	29
3.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.4.	Teknik Penentuan Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1.	Populasi.....	31
3.4.2.	Sampel .....	32
3.5.	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.6.	Teknik Pengolahan Data.....	35
3.7.	Teknik Analisis Data .....	36
3.7.1.	Uji Kualitas Data .....	36
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.3.	Uji Regresi Linier Berganda .....	39
3.7.4.	Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>42</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	42
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	42
4.1.1.1.	Sejarah Perusahaan .....	42

4.1.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan .....	44
4.1.1.3.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.1.1.4.	Aktivitas Perusahaan .....	46
4.1.2.	Karakteristik Responden.....	47
4.1.2.1.	Jenis Kelamin .....	48
4.1.2.2.	Usia.....	48
4.1.2.3.	Pendidikan Terakhir .....	49
4.1.3.	Deskripsi Variabel .....	50
4.1.3.1.	Variabel Kualitas Pelayanan.....	50
4.1.3.2.	Variabel Fasilitas .....	55
4.1.3.3.	Variabel Kepuasan Pedagang .....	58
4.1.4.	Uji Kualitas Data .....	61
4.1.4.1.	Uji Validitas.....	61
4.1.4.2.	Uji Reliabilitas.....	63
4.1.5.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	64
4.1.5.1.	Uji Normalitas .....	64
4.1.5.2.	Uji Multikolinearitas.....	65
4.1.5.3.	Uji Linearitas .....	66
4.1.5.4.	Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.1.5.5.	Uji Autokorelasi .....	68
4.1.6.	Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	68
4.1.7.	Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.1.7.1.	Hasil Uji Analisis Parsial (Uji T) .....	70
4.1.7.2.	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) .....	71
4.1.7.3.	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	72
4.2.	Pembahasan .....	73
4.2.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pedagang .....	73
4.2.2.	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang.....	74
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pedagang .....	76
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>78</b>

5.1. Kesimpulan .....	78
5.2. Saran .....	79

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**CURICULUM VITAE**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1. Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
Tabel 4.2. Variabel Fasilitas.....	56
Tabel 4.3. Variabel Kepuasan Pedagang.....	59
Tabel 4.4. Pengukuran Validitas Variabel .....	63
Tabel 4.5. Pengujian Realibilitas Variabel.....	64
Tabel 4.6. Uji Multikolinieritas.....	66
Tabel 4.7. Uji Linearitas.....	67
Tabel 4.8. Uji Autokorelasi .....	69
Tabel 4.9. Hasil Uji Analisis Linear Berganda .....	70
Tabel 4.10. Hasil Uji T.....	71
Tabel 4.11. Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.12. Hasil Uji R2.....	73

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	50
Gambar 4.5. Hasil Pengujian Normalitas.....	65
Gambar 4.6. Hasil Pengujian Normalitas P-Plot.....	66
Gambar 4.7. Uji Heteroskedastisitas .....	68



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Tabulasi
- Lampiran 3. Output Uji SPSS 21
- Lampiran 4. Surat Keterangan Dari Objek Penelitian
- Lampiran 5. Plagiarisme

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PEDAGANG PASAR BINTAN CENTER DI BAWAH NAUNGAN PT. SINAR BAHAGIA GROUP TANJUNGPINANG

Budi Santosa. 15612295. S1 Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Pembangunan Tanjungpinang. Email: may060050@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang pasar Bestari Bintang Center di bawah naungan PT. Sinar Bahagia Group Tanjungpinang.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode Asosiatif Kuantitatif. Sampel di dalam penelitian ini sebanyak 48 pedagang pasar Bestari Bintang Center. Metode analisis yang digunakan terdiri dari uji kualitas data (validitas dan realibilitas). Uji asumsi klasik (normalitas, autokorelasi, heteroskadisitas). Uji regresi linear sederhana dan uji t. Data analisis dengan regresi linear sederhana menggunakan SPSS 21.00 for window.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa besarnya output SPSS tampak bahwa dari hasil perhitungan nilai determinasi adjusted R square besarnya berpengaruh variable independen terhadap dependen yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini adalah 15,3% dan sisanya 84,7%.

Hasil penelitian menjawab kualitas pelayanan, fasilitas pasar berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pedagang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil dapat dilihat pada kolom F yaitu nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4,518 yang mana jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  akan menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $5,427 > 3,20$ ) dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,009 < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen (kualitas pelayanan, fasilitas pasar) dalam penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pedagang).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Pedagang

Dosen Pembimbing I : Yudi Carsana, SE. MM.

Dosen Pembimbing II : Selvi Fauzar, SE. MM.

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND FACILITIES ON THE SATISFACTION OF BINTAN CENTER MARKET TRADERS IN BELOW PT. SINAR BAHAGIA GROUP TANJUNGPINANG***

Budi Santosa. 15612295. S1 Management. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang. Email: may060050@gmail.com

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality and facilities on the satisfaction of the Bestari Bintan Center market traders under the auspices of PT. Sinar Bahagia Group Tanjungpinang.*

*The method used in this research is the Quantitative Associative method. The samples in this study were 48 Bestari Bintan Center market traders. The analytical method used consists of data quality tests (validity and reliability). Test classic assumptions (normality, autocorrelation, heterosciences). Simple linear regression test and t test. Data analysis with simple linear regression using SPSS 21.00 for window.*

*The results showed that the size of the SPSS output showed that from the calculation of the adjusted R square determination the magnitude of the effect of the independent variable on the dependent variable that could be explained by this equation model was 15.3% and the remaining 84.7%.*

*The results of the study answer the quality of service, market facilities simultaneously affect the satisfaction of traders. This can be seen from the results can be seen in column F which is a Fcount value of 4.518 which when compared to Ftable will produce  $F_{count} > F_{table}$  ( $5.427 > 3.20$ ) and significance  $< 0.05$  ( $0.009 < 0.05$ ). These results indicate that  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted, so it can be concluded that all independent variables (service quality, market facilities) in this study significantly influence the dependent variable (trader satisfaction).*

*Keywords: Service Quality, Facilities and Trader Satisfaction*

*Lecturer I : Yudi Carsana, SE. MM.*

*Lecturer II : Selvi Fauzar, SE. MM.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dalam suatu instansi atau organisasi diperlukan adanya suatu sistem pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai untuk menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas pesaing dan menuntut perusahaan untuk memperhatikan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi keinginan konsumen dengan cara memberikan pelayanan dan fasilitas yang memuaskan dari pada yang telah diberikan oleh pesaing.

Saat ini banyak sekali pusat perbelanjaan yang bermunculan di Kota Tanjungpinang, baik itu berupa swalayan, toko, bahkan mall dan supermarket. Yang menawarkan kenyamanan, fasilitas dan serta kelengkapan barang yang ada di tempat-tempat tersebut seolah-olah sekaligus menjadi tempat hiburan untuk menghilangkan kejenuhan. Kenyamanan dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk berbelanja tanpa adanya gangguan yang diakibatkan terlalu padatnya pembeli maupun penjual dalam suatu area yang luasnya tidak memadai selain itu kualitas pelayanan dipengaruhi oleh fasilitas yang ada.

Kedudukan dan peranan pedagang yang ada dipasar dibawah naungan pihak swasta yang di kelola oleh organisasi memberikan penopang dalam sendi ekonomi kecil secara maksimal kepada pedagang yang ada berjualan dipasar. Untuk dapat melaksanakan tugas dengan baik, maka pembinaan pihak swasta yang menangani pedagang di pasar diarahkan untuk meningkatkan kualitas

sumber daya manusia agar memiliki sikap dan perilaku yang kejujuran, tanggung jawab sehingga dapat memberikan pelayanan sesuai tuntutan masyarakat.

Pengelola suatu organisasi pada dasarnya merupakan satu-satunya sumber utama organisasi yang tidak dapat digantikan oleh sumber daya lainnya, sebab bagaimanapun baiknya suatu organisasi, lengkapnya fasilitas serta sarana tidak akan bermanfaat tanpa adanya pengelola yang mengatur, menggunakan dan memeliharanya. Keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan merupakan salah satu cerminan dari organisasi yang efektif. pengelola pasar diharapkan selalu siap menjalankan tugas dengan baik dan siap melayani masyarakat dengan baik pula.

Berkaitan dengan pelayanan, pengelola yang mampu memberikan pelayanan maka masyarakat akan merasa puas, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan rendah, maka masyarakat yang membutuhkan pelayanan akan merasa tidak puas. Kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterimanya.

Selain faktor kualitas pelayanan, faktor fasilitas juga merupakan faktor yang penting dalam menentukan kepuasan pedagang. Fasilitas merupakan suatu faktor yang sangat menunjang dalam usaha memasarkan produk/jasa masing-masing. Fasilitas suatu bentuk manfaat dari jasa pengelola kepada pedagang yang diberikan atas dasar adanya suatu transaksi yang telah dilakukan oleh kedua belah pihak. Faktor fasilitas untuk memilih suatu produk khususnya produk jasa, dimana fasilitas yang lengkap dan memadai yang diberikan akan membuat konsumen merasa puas terhadap produk yang dipakainya.

Kantor pelayanan pedagang pasar bestari bintang center yang harus memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan pelayanan jual beli kebutuhan pokok dan barang-barang kehidupan sehari-hari yang notabene adalah pasar yang mencangkupi kehidupan transaksi tradisional dengan posisi tawar-menawar.

Berdasarkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik yang ditawarkan oleh tempat perbelanjaan tentunya akan menjadi harapan bagi konsumen tersebut sesuai dengan apa yang didapat sehingga menimbulkan suatu kepuasan tersendiri. Namun apabila terjadi sebaliknya maka yang akan timbul adalah keluhan yang akan mengurangi tingkat kepuasan konsumen. Kemampuan perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima adalah faktor penting yang harus diperhatikan oleh pihak pengelola tempat perbelanjaan, karena tentunya berdampak pada puas atau tidak puasnya konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan kata lain kekuatan perusahaan ini adalah bagaimana perilaku usaha menawarkan jasa yang terbaik terhadap konsumen.

Sinar Bahagia Group yang berdiri sejak tanggal 1 Desember 1990 ini merupakan kumpulan beberapa perusahaan yang bergerak dibidang kontraktor, property dan pertambangan. Berbagai prestasi sudah di peroleh seperti penghargaan, sertifikat dan berbagai piagam dari instansi-instansi terkait. Perusahaan yang berada dibawah naungan Sinar Bahagia Grup salah satu diantaranya adalah Pasar Bestari Bintang Center Kota Tanjungpinang yang beralamat di Bt. IX. Sebagai layaknya pasar tradisional lain yang diorganisir dan dijalankan agar kelangsungan hidup serta perkembangannya dapat terpelihara

dengan baik. Sebagai salah satu pasar tradisional di Kota Tanjungpinang, menjadikan pasar ini banyak dikunjungi oleh para pelanggan baik untuk membeli atau hanya sekedar membeli sarapan.

Dalam perkembangannya para Pedagang Pasar Bestari Bintan Center dihadapkan pada kondisi dimana harus bersaing dengan para pedagang pasar lain atau bahkan mall dan juga supermarket yang banyak berdiri di Kota Tanjungpinang. Kondisi tersebut yang mendorong PT. Sinar Bahagia Group agar selalu memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik bagi pedagang dan pengunjung pasar di Pasar Bestari Bintan Center.

Namun demikian yang perlu pembuktian apakah dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan selama ini mampu memberikan kepuasan kepada para pedagang dan pengunjung pasar. Adapun masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pedagang Pasar Bestari Bintan Center dibawah Naungan PT. Sinar Bahagia Group Tanjungpinang”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, untuk dapat mengarahkan serta memudahkan dalam penelitian ini agar terfokus dan sistematis maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pedagang?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pedagang?

3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang ingin diteliti oleh penulis, adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pedagang.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pedagang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Kegunaan Ilmiah**

- a. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan dalam ilmu manajemen sumber daya manusia khususnya mengenai kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang pada objek terkait.

- b. Akademik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan kepustakaan bagi mahasiswa untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta pemahaman mendalam berkaitan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang pasar.



#### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

##### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini akan memberikan masukan untuk Pasar Bestari Bintan Center Tanjungpinang tentang kualitas pelayanan dan fasilitas yang mempengaruhi kepuasan para pedagang yang berjualan di pasar. Sehingga pemilik pasar, pedagang dan pembeli bisa bersama-sama loyal satu dengan yang lainnya.

##### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dan tambahan informasi yang diperlukan untuk pengembangan pengetahuan lebih lanjut terutama tentang kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang.

#### **1.6. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan memahami pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang pada Pasar Bestari Bintan Center Tanjungpinang, adapun sistematika penulisan dapat diperincikan satu per satu yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah yang mendasari penelitian ini, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II        TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penulis menerangkan tentang uraian dari teori-teori yang relevan digunakan di dalam mendukung pembahasan masalah penelitian, kerangka pemikiran yang menggambarkan penelitian ini, dan penelitian terdahulu.

## **BAB III        METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis menyajikan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik pengolahan data teknik analisis data.

## **BAB IV        HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis dan pengolahan data penelitian, serta hasil penelitian dan pembahasan masalah yang dilakukan.

## **BAB V        PENUTUP**

Dalam bab ini merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini, berisikan tentang kesimpulan pada hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran dari hasil penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Teori**

##### **2.1.1. Manajemen**

###### **2.1.1.1. Definisi Manajemen**

Istilah manajemen menurut kamus besar Bahasa Indonesia yaitu berasal dari kata “*Manage*” yang memiliki arti mengelola, mengendalikan, mengusahakan dan memimpin. Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif yang didukung oleh sumber-sumber lainnya dalam suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Harsono, 2011).

Manajemen adalah ilmu dan seni untuk mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu, dengan kata lain terdapat adanya proses aktivitas – aktivitas khusus yang merupakan bagian dari proses manajemen (Hasibuan, 2013). Manajemen adalah sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, penyediaan sumber daya, pengkomunikasian, kepemimpinan, pemotivasian, dan pengendalian sumber daya dan tugas untuk mencapai tujuan organisasional secara efektif dan secara efisien (Silalahi, 2010).

Berdasarkan pendapat diatas dapat diartikan bahwa manajemen adalah ilmu atau seni yang memanfaatkan sumber daya manusia secara efektif dalam mencapai suatu tujuan organisasi dengan memanfaatkan sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya.

### **2.1.1.2. Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno yaitu *management*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Sementara itu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, manajemen memiliki dua pengertian. Yang pertama yaitu manajemen merupakan penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Kedua yaitu manajemen merujuk pada pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.

Manajemen sumber daya manusia yaitu suatu ilmu yang digunakan untuk mengatur orang atau karyawan sesuai dengan tujuan organisasi. Perencanaan dan implementasi fungsi-fungsi ini harus didukung oleh analisis jabatan yang cermat dan penilaian kinerja yang obyektif (Widodo, Suparno, 2009). Manajemen sumber daya manusia berupa sebuah ilmu serta seni dalam kegiatan perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan segala potensi sumber daya manusia yang ada, serta hubungan antar manusia dalam suatu organisasi ke dalam sebuah desain tertentu yang sistematis, sehingga mampu mencapai efektivitas serta efisiensi kerja dalam mencapai tujuan, baik individu, masyarakat, maupun organisasi (Hartatik, Indah, 2014).

(Kadarisman, 2012) mengemukakan bahwa pengembangan manajemen merupakan suatu proses bagaimana manajemen mendapatkan pengalaman, keahlian, dan sikap untuk menjadi atau meraih sukses sebagai pemimpin dalam organisasi mereka. Karena itu, kegiatan pengembangan ditujukan membantu karyawan untuk dapat menangani jabatannya di masa mendatang, dengan memperhatikan tugas dan kewajiban yang dihadapi sekarang.

Berdasarkan definisi tersebut dapat dikatakan bahwa Manajemen sumber daya manusia sebagai ilmu mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja secara efektif dan efisien sehingga tercapai tujuan organisasi atau perusahaan. Manajemen sumber daya manusia dapat juga diartikan sebagai kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas pengadaan tenaga kerja, pengembangan, kompensasi, integrasi pemeliharaan dan pemutusan hubungan tenaga kerja dengan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran perorangan, organisasi dan masyarakat.

## **2.1.2. Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan**

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia didefinisikan sebagai perihal atau cara meladeni dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan kemungkinan pelanggan yang baru dan kemungkinan pelanggan lama untuk tidak berpindah ke perusahaan lain.

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut (Wijaya, 2011). Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat

ditentukan dengan pendekatan kualitas pelayanan yang telah dikembangkan (Lupiyoadi, 2014).

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Tjiptono, 2016). Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilihan sesuatu (Kotler & Keller, 2018).

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sehingga berdasarkan definisi kualitas pelayanan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2012).

#### **2.1.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan**

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang diidentifikasi oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam (Tjiptono, 2016), adapun lima dimensi tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).
- e. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Konsumen akan menggunakan kelima dimensi kualitas pelayanan untuk membentuk penilaiannya terhadap kualitas jasa yang merupakan dasar untuk membandingkan harapan dan persepsinya terhadap jasa. Berkaitan dengan kelima

dimensi kualitas jasa tersebut, perusahaan baru bisa menemukan dengan baik bila tidak hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara apa yang diberikan perusahaan dengan apa yang diharapkan pelanggan yang dapat berdampak kepada perilaku konsumen dalam melakukan jasa.

### **2.1.2.3.Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan**

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan, dan pelanggan. Adapun prinsip-prinsip kualitas pelayanan tersebut meliputi (Tjiptono, 2016):

#### **a. Kepemimpinan**

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

#### **b. Pendidikan**

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-



aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

c. Perencanaan

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

d. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

f. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa

kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

#### **2.1.2.4. Kesenjangan Kualitas Pelayanan**

(Kotler & Keller, 2018) merumuskan model kualitas pelayanan yang di perlakukan pada suatu industri jasa. Pada model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan yang melibatkan ketidakberhasilan penyerahan jasa, adapun lima kesenjangan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen  
Manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa  
Manajemen mungkin memahami dengan tepat keinginan-keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar kerja.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa  
Karyawan mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mau mematuhi standar, atau mereka kurang dihadapkan pada standar yang saling bertentangan, seperti menyediakan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.
- d. Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal  
Harapan-harapan konsumen di pengaruhi pernyataan yang di keluarkan perwakilan dan iklan perusahaan.

- e. Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan Kesenjangan ini terjadi apabila konsumen tersebut memiliki persepsi keliru tentang mutu jasa tersebut.

#### **2.1.2.5.Faktor-faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan**

Untuk menarik konsumen maka sebuah perusahaan baik perusahaan jasa atau produk wajib memberikan suatu kualitas jasa yang baik untuk konsumennya. Namun terkadang perusahaan belum bisa melakukan hal tersebut dikarenakan masih ada beberapa faktor yang menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk. Faktor-faktor tersebut meliputi (Lupiyoadi, 2014):

- a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan Salah satu karakteristik jasa yang penting adalah Inseparability, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Beberapa kekurangan mungkin ada pada karyawan pemberi jasa dan dapat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan pada kualitas jasa misalnya :
  - 1) Tidak terampil dalam melayani pelanggan.
  - 2) Cara berpakaian tidak sesuai.
  - 3) Tutur katanya tidak sopan dan kurang menyenangkan
- b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi.
- c. Dukungan terhadap pelanggan internal (pelanggan perantara) kurang memadai.
- d. Kesenjangan-kesenjangan komunikasi. Kesenjangan komunikasi yang sering terjadi :

- 1) Perusahaan sering memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak dapat memenuhinya.
  - 2) Perusahaan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur/aturan.
- e. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama karena pelanggan adalah manusia yang bersifat unik karena memiliki perasaan dan emosi.
  - f. Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan.
  - g. Visi bisnis jangka pendek.

### **2.1.3. Fasilitas**

#### **2.1.3.1. Definisi Fasilitas**

Pengertian fasilitas jika merujuk pada kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan suatu fungsi atau disebut dengan kemudahan. Dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung.

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen untuk memenuhi berbagai kebutuhan berkenaan dengan penawaran jasa tersebut. Dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala

fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen (Tjiptono, 2016).

Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya (Lupiyoadi, 2014). Sedangkan (Tjiptono & Chandra, 2012) menjelaskan bahwa pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen, dalam usaha yang bergerak dibidang jasa , maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung.

### **2.1.3.2. Indikator Fasilitas**

Unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas meliputi hal-hal sebagai berikut (Tjiptono, 2016):

- a. Pertimbangan, yaitu aspek-aspek seperti proporsi, tekstur warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk

memancing respon intelektual maupun emosional si pemakai atau orang yang melihatnya.

- b. Perencanaan ruang, yaitu mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perlengkapan dalam ruangan dan desain aliran sirkulasi. Perlengkapan Berfungsi sebagai sarana perlindungan barang-barang berharga, sebagai pajangan dan sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan.
- c. Tata cahaya, yaitu yang perlu diperhatikan yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.
- d. Warna, yaitu warna yang dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas perlu dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.

### **2.1.3.3.Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Fasilitas**

Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut (Tjiptono, 2016):

- a. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya.

Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi

yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya.

b. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

c. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relatif besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa datang.

d. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Aspek aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam, dan dekorasi interior.

e. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

f. Biaya kontruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya kontruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

#### **2.1.4. Kepuasan Pedagang**

##### **2.1.4.1. Definisi Kepuasan Pedagang**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa dengan mendapatkan pelayanan suatu jasa dengan baik. Kepuasan sebagai akibat timbulnya perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil kinerja dengan keinginan.

Kepuasan pelanggan terutama dipusatkan pada keadaan kognitif seseorang, di mana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kondisi-kondisi suasana hati pada saat pelanggan mengkonsumsi, untuk itu ditemukan bahwa tingkat kesenangan (perasaan hati) akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Lovelock &



Wirtz 2009). Sedangkan kepuasan pelanggan adalah sebuah ukuran seberapa baik harapan pelanggan dipenuhi (Syahsudarmi, 2018).

*“Satisfaction reflects a person’s judgements of a product’s perceived performance (or outcome) in relationship to expectation”* yang berarti kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari perbandingan *performance* produk terhadap ekspektasi mereka. Jika *performance* gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika *performance* sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika *performance* melebihi ekspektasi, maka pelanggan merasa sangat puas (Kotler & Keller, 2018).

#### **2.1.4.2.Indikator Kepuasan Pedagang**

Gerakan atau kampanye pelanggan dilandasi pula pada gagasan bahwa pelanggan yang puas cenderung lebih loyal, tidak mudah tergoda untuk beralih ke pemasok yang menawarkan harga lebih murah dan berpotensi menyebarkan pengalaman profit-nya kepada orang lain (Tjiptono, 2016). Terdapat beberapa ciri-ciri pelanggan yang merasa puas, adapun ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut (Kotler & Keller, 2018):

- a. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan yang loyal.
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada.
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan.
- d. Kurang memperhatikan produk, iklan.
- e. pesaing, kurang sensitif pada harga.

- f. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan.
- g. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. Dengan demikian service quality dapat didefinisikan sebagai jauhnya perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas layanan yang mereka terima (Lupiyoadi, 2014).

#### **2.1.4.3. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupiyoadi, 2014) antara lain sebagai berikut:

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

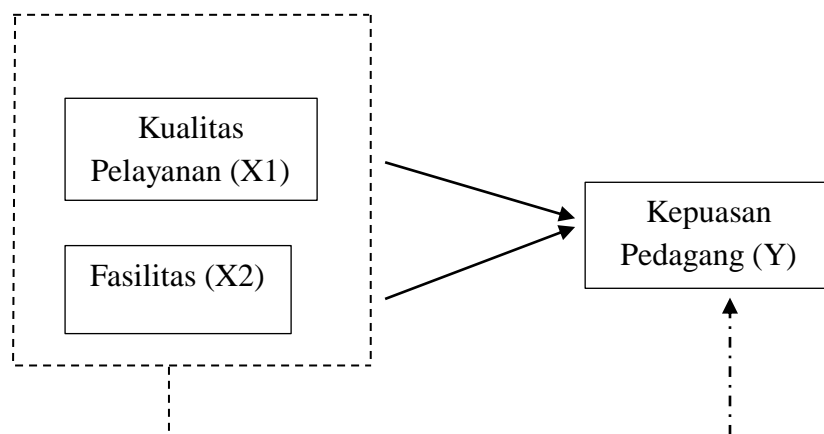
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka teoritis akan menghubungkan secara teoritis antara variabel penelitian, yaitu variabel bebas dan variabel terikat dalam buku (Sugiyono, 2012).

Berikut adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian (2019)

Pada tabel di atas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa terdapat dua pengujian variabel yaitu sebagai berikut:

### 1. Secara Parsial

Pada variabel kualitas pelayanan (X1) dapat disimpulkan oleh penulis yakni “pada pengujian variabel parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pedagang”.

### 2. Secara Parsial

Pada variabel fasilitas (X2) dapat disimpulkan oleh penulis yakni “pada pengujian variabel parsial bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pedagang”.

### 3. Secara Simultan

Pada variabel kualitas pelayanan dan fasilitas dapat disimpulkan oleh penulis yakni “pada pengujian variabel silmultan bahwa variabel kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan pedagang”.

## **2.3. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau pendapat yang kebenarannya masih rendah atau kadar kebenarannya masih belum meyakinkan, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan sedangkan kebenaran pendapat perlu diuji atau dibuktikan (Sugiyono, 2012).

Berdasarkan pada kerangka pemikiran di atas dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini adalah :

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pedagang Pasar Bestari Bintan Center Tanjungpinang.

H2: Fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pedagang Pasar Bestari Bintang Center Tanjungpinang .

H3: Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pedagang Pasar Bestari Bintang Center Tanjungpinang.

#### **2.4. Penelitian Terdahulu**

1. (Nilasari & Istiatin, 2015)

Jurnal Nasional dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo”, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo secara parsial dan simultan. Sumber data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan pada konsumen dengan jumlah sampel 100 orang, sedang data sekunder diperoleh dari Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Alat analisis yang digunakan adalah dengan analisis deskriptif kuantitatif.

Berdasar hasil uji t dapat disimpulkan bahwa bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel tangible, reliability, responsible, assurance, empathy terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo Hasil uji F menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel tangible, reliability, responsible, assurance, empathy terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo.

Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan  $Y = 7,386 - 0,341 X_1 + 0,504 X_2 + 0,302 X_3 - 0,322 X_4 + 0,257 X_5 + \epsilon$ . Dari persamaan regresi

tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel *reliability* (kehandalan) dengan koefisien 0,504 Uji R<sup>2</sup> (R Square) didapatkan hasil sebesar 0.944 atau 94.4 % yang berarti bahwa kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo dipengaruhi oleh variabel *tangible*, *reliability*, *responsible*, *assurance*, *empathy* sebesar 94,4%. Dan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. sebesar 5,6%. diharapkan Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo perlu menerapkan dan mengembangkan aspek pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang mencakup *tangible* (wujud fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), sehingga dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih baik.

## 2. (Lubis & Andayani, 2017)

Jurnal Nasional dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam secara simultan maupun parsial. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Sucofindo Batam atau konsumen yang pernah menggunakan jasa PT. Sucofindo Batam. Jumlah sampel yang didapatkan menggunakan perhitungan Slovin Sebanyak 80 Responden dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda menggunakan program SPSS 20. Dari hasil penelitian menunjukkan

bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Sucofindo Batam.

3. (Syahsudarmi, 2018)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada kedai kopi Bengkalis di Pekanbaru. Instrumen penelitian yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang pelanggan yang ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif dengan teknik analisis Partial Least Square (PLS). Data diklasifikasi berdasarkan variabel yang dijadikan model penelitian. Kemudian diukur factor loading (konvergen validitas), diskriminan validitas, reliabilitas, koefisien determinasi, serta koefisien path dengan menggunakan SmartPLS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kedai kopi Bengkalis di Pekanbaru. Sedangkan faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah dimensi fasilitas.

4. (Rahman, 2012)

Jurnal Internasional dengan judul "*The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction: An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division*" Salah satu kebutuhan vital peningkatan populasi di negara kita adalah makanan. Ada beberapa pengunjung restoran memenuhi kebutuhan makanan. Sebagian besar orang di negara kita sesekali pergi ke restoran untuk menikmati etnis dan beberapa item makanan barat. Tujuan utama dari penelitian

ini adalah untuk mengidentifikasi beberapa pendorong utama kepuasan pelanggan pada layanan restoran. Penelitian ini mencakup pendapat pengunjung restoran di wilayah Khulna. Penelitian ini didasarkan pada studi empiris. Terutama, peneliti menghubungi 450 pelanggan untuk pendapat berharga mereka tentang restoran jasa. Namun, 246 pelanggan memberikan respons spontan dalam hal ini. Tes Chi-square telah diterapkan menguji hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Penelitian ini bertujuan untuk menghubungkan beberapa faktor kualitas dan harga layanan keadilan restoran dengan kepuasan pelanggan. Para peneliti mengetahui bahwa pelanggan restoran memiliki kesan negatif tentang keadilan kualitas produk dan layanan, keadilan harga, layanan staf, lingkungan restoran, gambar restoran dan kesetiaan restoran. Para peneliti menyarankan untuk menekankan hal itu masalah kritis untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

5. (Eka, Nirwanto, & Firdiansjah, 2017)

Jurnal Internasional dengan judul “*The Influence of Social Media and Service Quality on Satisfaction and Loyalty*” Loyalitas penting untuk tujuan turis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan kualitas layanan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan di destinasi wisata alam di Kabupaten Blitar. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 202.990 orang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 123 responden dan metode purposive sampling menggunakan sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis metode Structural Equation Modeling (SEM).



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012). Adapun jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pedagang adalah dengan menggunakan metode bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Sedangkan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meliputi pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2012). Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random sampling dalam hal ini variabelnya adalah kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan kepuasan pedagang (Y).

#### **3.2. Jenis Data**

Data adalah sekumpulan informasi, fakta-fakta, atau simbol-simbol yang menerangkan tentang keadaan objek penelitian (Arikunto, 2013). Jenis data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu : data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian yang diteliti melalui pengamatan terhadap objek. Sedangkan data sekunder adalah data yang berasal dari laporan-laporan atau berupa catatan serta arsip-arsip yang

terdapat di Pasar Bestari Bintang Center yang berada dibawah naungan PT. Sinar Bahagia Group Tanjungpinang.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah aktivitas yang menggunakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Rumengan, 2010), adapun metode pengambilan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lain yang dilakukan sebagai usaha sadar untuk mengumpulkan data secara sistematis dengan prosedur yang terstandar (Sugiyono, 2012). Peneliti melakukan observasi langsung ditempat penelitian tetapi bersifat observasi non partisipan dimana peneliti hanya mengamati tetapi tidak ikut serta dalam semua aktivitas tersebut. Agar dalam observasi tersebut tidak terbuang sia-sia maka dalam observasi juga dilakukan pencatatan-pencatatan selama kegiatan. Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk menggali data tentang suatu keadaan yang terjadi pada saat penelitian berlangsung. Keadaan tersebut merupakan fokus pengamatan yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas terhadap kepuasan pedagang di Pasar Bestari Bintang Center Tanjungpinang.

b. Kuesioner (angket)

Teknik kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagi kuesioner kepada responden sebagai sampel penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang dijawabnya (Sugiyono, 2012). Kuesioner atau angket dalam penelitian ini digunakan untuk menggali data tentang tanggapan pedagang yang diberikan terhadap kepuasan pedagang, yang dituangkan ke dalam setiap butiran pertanyaan. Pedagang cukup memberikan tanda *checklist* pada kolom yang telah disediakan.

c. Kepustakaan

Kepustakaan adalah pendukung penelitian yang berasal dari pandangan-pandangan ahli dalam bentuk yang tertulis berupa referensi buku, jurnal, laporan penelitian atau karya ilmiah (Satori & Komariah, 2011). Pengumpulan data berdasarkan informasi dari buku-buku, artikel, dokumen dan lain-lain yang berkaitan dengan permasalahan yang ada serta mempelajari bagaimana literatur yang relevan dengan masalah yang dihadapi sebagai landasan dalam pemecahan masalah.

### **3.4. Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah para pedagang yang berjualan didalam Pasar Bestari Bintan Center yang berjumlah 48 orang.

### **3.4.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini, yang menjadi sampel adalah seluruh pedagang yang berjumlah 48 orang.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberi peluang yang sama kepada anggota populasi untuk menjadi anggota sampel karena anggota populasi adalah berbeda atau heterogen. Secara khusus bagian dari *Nonprobability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh atau sensus.

Sampling jenuh merupakan teknik pengumpulan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, yaitu kurang dari 30 orang atau peneliti yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2012).

Populasi target atau sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berjualan didalam pasar yang terlibat dalam kepuasan pedagang. Melalui jumlah pedagang di Pasar Bestari Bintan Center Tanjungpinang yang berjumlah sebanyak 48 Pedagang.

### 3.5. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penentuan suatu konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional variabel digunakan sebagai petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, dengan menggunakan indicator-indikator yang secara terperinci (Sugiyono, 2012).

Ada 3 jenis variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) sebagai variabel independen (variabel bebas) dan kepuasan pedagang sebagai variabel dependen (variabel terikat).

Variabel	Definisi	Indikator	Nomor Pernyataan	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2012)	1. Berwujud 2. Keandalan 3. Tanggapan 4. Jaminan dan kepastian 5. Empati Zeithaml dan berry dalam (Tjiptono, 2016)	1,2,3 4,5,6 7 8 9, 10	Likert
Fasilitas (X3)	Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa	1. Pertimbangan 2. Perencanaan 3. Tata cahaya 4. Warna-warna	1 2,3 4,5 6,7,8	Likert

	dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 2016)	untuk meningkatkan efisiensi.(Tjiptono, 2016)		
Kepuasan (Y)	kepuasan adalah sebuah ukuran seberapa baik harapan pelanggan dipenuhi. (Syahsudarmi, 2018)	<p>1. <i>Directly reparted satisfaction</i></p> <p>2. <i>Derived dissatisfaction</i></p> <p>3. <i>Problem analysis reponden</i></p> <p>4. <i>Importance</i></p> <p>(Kotler &amp; Keller, 2018)</p>	<p>1</p> <p>2</p> <p>3,4,5</p> <p>6,7</p>	Likert

### 3.6. Teknik Pengolahan Data

Menurut (Danang, 2011) dalam penelitian ini pada tahap pengolahan data, bertujuan untuk mengetahui hasil dari data yang telah diperoleh dari responden. Data yang akan digunakan yaitu data yang dilakukan setelah data penelitian tersebut diolah baik secara manual maupun menggunakan aplikasi pada komputer. Teknik pengolahan analisis data bertujuan untuk menginterpretasikan hasil

kuesioner dan menarik kesimpulan dari jumlah data yang sudah terkumpul.

Beberapa teknik yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. *Editing* (Perubahan/penyetoran)

Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian data yang diperoleh kemudian dirapikan sesuai dengan susunan yang sudah ditetapkan dan diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data teknik statistik.

b. *Coding* (Pemberian kode)

Pemberian kode adalah proses indentifikasi dan klasifikasi data penelitian ke dalam skor numeric atau karakter simbol.

c. *Scoring* (Pemberian skor/nilai)

Proses pemberian skor dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori atas jawaban kuesioner sesuai tanggapan responden. Responden menjawab pertanyaan kuesioner dengan memberikan tanda silang (x) pada jawaban yang telah disediakan dengan 5 (lima) kemungkinan yang tersedia. Setiap pilihan jawaban responden diberi nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala likert, menurut(Sugiyono, 2012)skor yang diberikan pada tiap pertanyaan adalah sebagai berikut :

1) STS = Sangat Tidak Setuju (1)

2) TS= Tidak Setuju (2)

3) RR= Ragu-ragu (3)

4) S= Setuju (4)

5) SS= Sangat Setuju (5)

*d. Tabulating*

Menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulasi selesai dilakukan kemudian penulis akan mengolah data tersebut dengan menggunakan program SPSS *windows* berdasarkan beberapa ketentuan uji.

### **3.7. Teknik Analisa Data**

#### **3.7.1. Uji Kualitas Data**

a. Uji Validitas

Adapun Masrum sebagaimana dikutip (Sugiyono, 2012) menyatakan item yang mempunyai korelasi dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi pula menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Untuk mencari nilai validitas dari sebuah item kita akan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut. Apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,3 maka dikatakan item tersebut kurang valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Koefisien



realibilitas yang besarnya antara 0,7,-0,8 dianggap baik untuk digunakan. Koefisien realibilitas yang besarnya berkisar 0,8,-0,9 baik untuk digunakan hasil koefisien realibilitas yang diperoleh tersebut berada dalam kategori baik, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut kurang reliabel.

### **3.7.2. Uji Asumsi Klasik**

Untuk meyakini bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residul yang terdistribusi secara normal (Priyatno, 2010).

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2012).

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas adalah dimana pada model regresi ini ditentukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas

(korelasi 1 atau mendekati 1) (Sunyoto, 2011). Beberapa metode uji multikolinieritas yaitu dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ). Untuk mengetahui nilai VIF (*Variance Inflation Facktor*) kurang dari 10 *Tolerance* dan mempunyai angka *Tolerance* lebih 0,05.

c. Uji Heteroskedastisitas

Varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi (Priyatno, 2014). Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat (Priyatno, 2014). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut :

- 1) Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW di bawah -2 ( $DW < -2$ ).
- 2) Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW di bawah -2 dari +2 atau  $-2 < DW < +2$ .
- 3) Terjadi autokorelasi negative jika nilai DW diatas +2 atau  $DW > +2$ .

### 3.7.3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap suatu variabel independen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Dalam regresi linier berganda terdapat asumsi klasik yang harus terpenuhi, yaitu residual terdistribusi normal, tidak adanya uji multikolinieritas dan tidak adanya heteroskedastisitas pada model regresi (Danang, 2011).

Persamaan regresi linear berganda dengan 2 variabel independen adalah sebagai berikut :  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keterangan :

Y : Nilai prediksi variabel dependen

a : Konstanta, yaitu nilai Y' jika X1 dan X2 = 0

b1b2 : Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau persamaan variabel Y' yang didasarkan variabel X1 dan X2

X1-2 : Variabel independen (X1 dan X2)

e : Faktor lain diluar model

### 3.7.4. Uji Hipotesis

#### 3.7.4.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat. Uji-t menggunakan langkah - langkah sebagai berikut :

Ho :  $b_i = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent.

Ha :  $b_i \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent.

Nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel. Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu :

Ho diterima jika t hitung  $<$  t tabel pada  $\alpha = 5\%$  atau dengan nilai sig.  $>$  0.05.

Ha diterima jika t hitung  $>$  t tabel pada  $\alpha = 5\%$  atau dengan nilai sig.  $<$  0.05.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus :

$$t = \sqrt{\frac{(n-2)}{(1-r)}}$$

Dimana :

t = Observasi.

r = koefisien korelasi.

n = banyaknya observasi.

#### **3.7.4.2. Uji Simultan (Uji F)**

Uji f atau uji koefisien regresi secara bersamaan digunakan untuk penelitian dalam mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variable (Danang, 2011). Dalam hal ini untuk mengetahui apakah suatu variabel *reliability*, empati berpengaruh secara

signifikan tidak, terhadap kepuasan pedagang. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,05. Adapun kriteria pengujian pada uji F adalah :

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima.

#### **3.7.4.3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerapkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil mengidentifikasi variabel independen memberikan hampir sempurna prediksi terhadap variabel dependen menurut. (Ghozali, 2012).

## DAFTAR PUSTAKA

- Danang, S. (2011). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CAPS.
- Eka, S., Nirwanto, N., & Firdiansjah, A. (2017). The Influence of Social Media and Service Quality on Satisfaction and Loyalty, (August), 978–979.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro.
- Hartatik, Indah, P. (2014). *Mengembangkan SDM*. Jakarta: Laksana.
- Kadarisman, M. (2012). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ( SERVICE QUALITY ) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT . SUCOFINDO, 1(2), 86–97.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nilasari, E., & Istiatin. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada dealer pt. ramayana motor sukoharjo, 13(1), 1–12.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah data terpraktis*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahman, A. (2012). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction : An Empirical Study on Restaurant Services in Khulna Division, 3(4), 8–16.
- Rumengan, J. (2010). *Metodologi Penelitian dengan SPSS*. Batam: UNIBA Press.

- Satori, D., & Komariah, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Metodologi Penelitian "Alat Statistik & Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS.
- Syahsudarmi, S. (2018). PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KEDAI KOPI BENGKALIS DI PEKANBARU, 6(1), 47–60.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Widodo, Suparno, E. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Setia.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.

## **CURICULUM VITAE**



Nama : Budi Santosa

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat Tanggal Lahir : Tanjungpinang, 19 Juli 1995

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Email : may060050@gmail.com

Alamat : Kp. Sumber Karya No.37

Pendidikan : - SD Negeri 006 Tanjungpinang Timur  
- SMP Hangtuh Tanjungpinang  
- SMK Negeri 1 Tanjungpinang  
- STIE Pembangunan Tanjungpinang