

PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI KASUS TERHADAP Z ICE CREAM)

SAFIRA MALIAH TSANIA

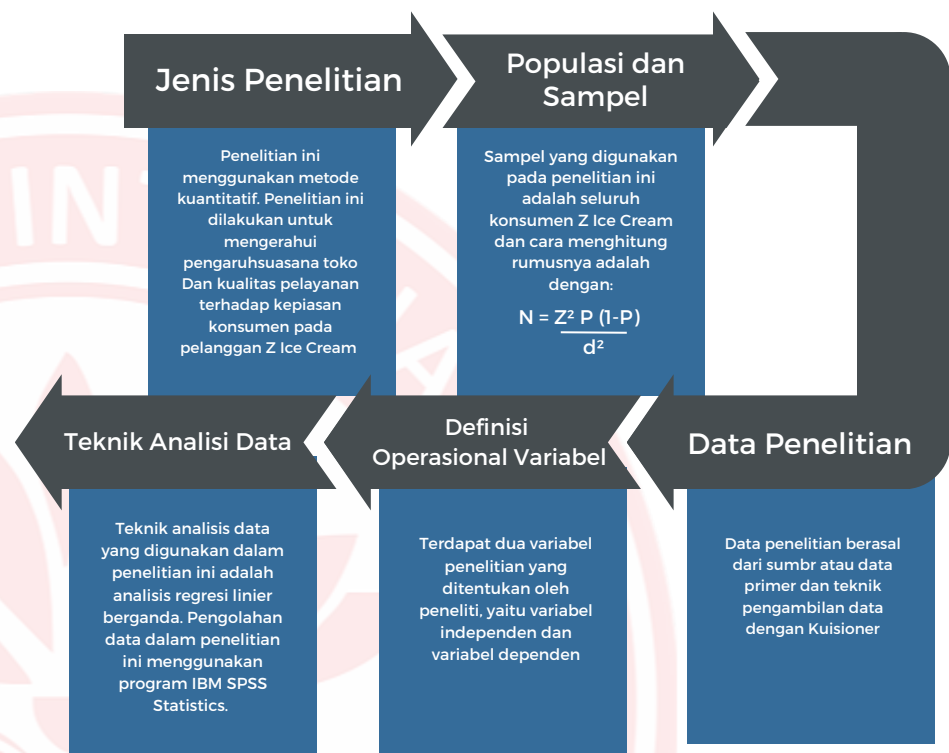
DEPARTEMEN MANAJEMEN UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA TAHUN 2023

Email: safiramaheho@gmail.com.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui Pengaruh suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil dari konsumen Zangrandi Surabaya dengan menggunakan Teknik Non- Probability sampling (purposive sampling). Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuisioner yang diukur dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS versi 20. Metode analisis data yang digunakan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODOLOGI PENELITIAN



LOKASI PENELITIAN



Jl. Yos Sudarso No.15, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Surabaya, Jawa Timur 60271

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria skor tanggapan responden

Interval	Jawaban Responden
4,20 < a ≤ 5,00	Sangat Baik
3,40 < a ≤ 4,20	Baik
2,60 < a ≤ 3,40	Cukup
1,80 < a ≤ 2,60	Tidak Baik
1,00 < a ≤ 1,80	Sangat Tidak Baik

Tanggapan responden terhadap suasana toko (X1)

Indikator	1	2	3	4	5	Mean	Kategori
X1.1	3	2	13	45	40	4.14	B
X1.2	2	2	21	37	38	4.07	B
X1.3	1	3	15	36	45	4.21	SB
X1.4	3	3	18	37	39	4.06	B
X1.5	1	3	14	39	43	4.29	SB
Skor Mean						4.13	B

Tanggapan responden terhadap kualitas layanan (X2)

Indikator	1	2	3	4	5	Mean	Kategori
X2.1	2	2	13	46	37	4.14	B
X2.2	2	1	18	34	45	4.19	B
X2.3	1	2	14	42	41	4.26	SB
X2.4	1	4	13	38	44	4.26	SB
X2.5	2	4	14	39	41	4.13	B
Skor Mean						4.17	B

Tanggapan responden terhadap kepuasan konsumen (Y)

Indikator	1	2	3	4	5	Mean	Kategori
Y.1	3	2	16	40	39	4.10	B
Y.2	3	3	14	39	41	4.12	B
Y.3	2	4	14	36	44	4.16	B
Skor Mean						4.12	B

Berdasarkan hasil penelitian variabel suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden yang sudah pernah melakukan pembelian secara langsung di kedai Zangrandi Ice cream menyatakan bahwa aroma yang dimiliki toko Zangrandi mampu memberikan rasa nyaman terhadap Konsumen karena

aroma bisa meningkatkan selera dan nafsu makan. Dengan melibatkan panca indera konsumen dapat membentuk citra yang positif dalam benak konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden yang sudah pernah melakukan pembelian secara langsung di kedai Zangrandi Ice cream menyatakan bahwa Karyawan Zangrandi sangat tanggap dalam melayani keluhan konsumen dan mampu memberikan pelayanan tanpa membedakan kondisi konsumen dan akhirnya menciptakan kepuasan pada benak konsumen. Oleh karena itu, sektor Kualitas Layanan harus selalu mendapat perhatian guna meningkatkan kepuasan pada konsumen Zangrandi Ice Cream.

Berdasarkan Hasil penelitian pada uji signifikansi pada variabel suasana toko dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baiknya suasana toko dan kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen Zangrandi Ice cream secara signifikan. Oleh karena itu, sektor suasana toko dan kualitas layanan harus terus mendapat perhatian guna meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa suasana toko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Zangrandi Ice Cream. Hal ini membuktikan apabila suasana toko nyaman maka akan memberi rasa puas pada pelanggan. Kualitas pelayanan pun berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka akan memberikan kepuasan pada pelanggan. Suasana toko dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Zangrandi Ice Cream.