PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TOKO BUKU TOGAMAS GAJAH MADA SIDOARJO

Muhammad Demas Nurdiansyah[1], Matadji[2]
[1]Alumni Fakultas Ekonomi Univesitas 17 Agustus 1945 Surabaya
[2]Dosen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
[1]demasnurdiansyah@ymail.com, [2]matadji@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

The problems of this study were (1) "What is the quality of service, price and atmosphere store partially positive effect on customer satisfaction in the bookstore Togamas Gajah Mada Sidoarjo? (2) Is the quality of service, price and atmosphere simultaneously store positive effect on customer satisfaction in the bookstore Togamas Gajah Mada Sidoarjo? (3) What is the most dominant variable between quality of service, price and atmosphere stores affect customer satisfaction bookstore Togamas Gajah Mada Sidoarjo? and Goals to be achieved in this research is to demonstrate and analyze how much the influence of the quality of service, price and atmosphere of the shop to customer satisfaction in the bookstore Togamas Gadjah Mada Sidoarjo respondents and the population in this study is that all customers who are in Bookstore Togamas Gadjah Mada Sidoarjo the sample in this study was 100 respondents using the techniques of non probality sampling approach accidental sampling is a sampling technique based on the chance that anyone who by chance met with investigators can be used as a sample, when viewed people who happened to be found suitable as a data source , Based on the research results, obtained the following regression equation: Y = 2,977+ 0,118 X_1 + 0.246 X_2 + 0.206 X_3 Of the acquisition value equation of multiple linear regression model all variables showed a positive coefficient value that shows the influence of the quality of service, price and atmosphere of the shop to customer satisfaction. The results showed that there was a significant effect alongside the quality of service, price and atmosphere shop to customer satisfaction and service quality has not significantly it is proved by the value of the t test of the quality of services whereby indigo t statistic is greater than t table (1.712> 1.66071). Then from the significance level of 0.090 greater than 0.05 (0.05 <0.090), then Ho Ha rejected or accepted. Keofesien of determination of 0.390, which means that 39.0% variable quality of service, price and atmosphere stores affect customer satisfaction, while 61.0% is influenced by other variables not studied eg quality products, promotions and other emotions of others. The results showed that the price is the dominant variable with the value of the regression coefficient 0.246

Keywords: Quality of service, price, atmosphere and customer satisfaction shop

Pendahuluan

Ilmu pengetahuan dan pendidikan menjadi komoditas menjanjikan dalam dunia usaha. Perhatian yang tinggi dari pemerintah dan pola hidup masyarakat Indonesia yang mulai berubah, mendorong bisnis ini tumbuh pesat. Tingginya kesadaran akan pendidikan dan ilmu pengetahuan diimbangi dengan meningkatnya konsumsi masyarakat ter-

hadap sumber-sumber dan perangkat ilmu penge-tahuan. Sumber itu salah satunya dapat dipenuhi lewat kegiatan membaca buku dan produk turunannya. Buku menjadi sumber ilmu pengetahuan yang paling mudah didapatkan. Kegiatan membaca buku menjadi kegiatan wajib baik insan pendidikan (siswa, pengajar, peneliti, praktisi) maupun masyarakat umum. Konsumsi akan pentingnya buku, mendorong bisnis turunan nya menjadi usaha yang menjanjikan. Bisnis yang berfokus pada penjualan buku menjadi hal yang mudah ditemui, baik di kota-kota besar maupun kota-kota kecil sekalipun.

Saat ini toko buku tidak hanya menjual buku saja berbagai macam alat tulis kantor (ATK), CD Edukasi untuk anak, CD Musik, Alat alat olahraga, kebutuhan sekolah dll tidak hanya beberapa macam buku saja. Disamping menjual beberapa macam produk lengkap, pelayanan, harga dan suasana toko perlu di tinjau kembali karena perlunya kepuasan konsumen agar toko buku dapat memperoleh hasil yang maksimal dan masyarakat Indonesia semakin sadar akan kebutuhan membaca.

Kualitas merupakan titik awal dalam merebut pangsa pasar sehingga tingkat kepuasan tidak hanya perlu dipertahankan tetapi juga harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menggerakkan, mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan dari berbagai kelompok tenaga profesional, semi profesional dan tenaga non profesional yang ada sehingga dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan. Kepuasan pelanggan akan menjadi dasar pengembangan berbagai model perilaku pembeli. Selain itu kepuasan pelanggan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi ke arah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan.

Kualitas pelayanan sangatlah perlu dalam perusahaan jasa, karena pelanggan adalah hal utama harus memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Menurut Gronroos pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal–hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Ratminto, 2005 :2)

Harga tentunya sebagai tinjauan bagi pelanggan, disamping pelayanan yang baik harga merupakan faktor tertentu dalam pembelian. Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi

dari produk dan pelayannya (Basu Swastha & Irawan, 2005 : 241)

Menurut Christina Whidiya Utami (2008 : 127) Atmosfer toko merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahyaan, pemajangan, warna, temperature, musik serta aroma yang menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen. Melalui suasana yang sengaja diciptakan, ritel berupaya untuk mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat *Fashionable.*

Kepuasan Pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan diketahui apabila melakukan suatu pengukuran dan pengujian terhadap konsumen. Pelayanan di nilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efesien dan lebih efektif. Penggunaan dimensi kualitas pelayanan sebagai alat ukur yang di harapkan sebuah perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumennya.

Toko Buku Diskon Togamas didirikan pada 15 Desember 1990 oleh suami istri Johan Budhie Sava dan Swandayani. Dibangun dengan konsep *discount store (*diskon seumur hidup), harga buku yang ditawarkan setelah diskon jauh lebih murah dari toko buku modern pada umumnya.

Dimulai dari toko buku kecil dengan jumlah item sekitar 1000 judul buku dan luas toko 50 meter persegi dengan memanfaatkan ruang tamu, rumah tinggal di kota Malang, Jawa Timur. Usaha Toko Buku Diskon ini berkembang dengan pesat, tumbuh dan menjadi besar. Saat ini, Toko Buku Diskon Togamas di kota Malang telah menempati gedung sendiri 3 lantai dengan luas 1200 meter persegi.

Visi Toko Buku Diskon Togamas terus dikembangkan hingga menjadi jaringan toko buku harga murah dan menjadi pasangan alamiah dunia pendidikan (*Natural Partner for Educational Development*). Misi Membangun jaringan Toko Buku Diskon yang efektif dan efisien. Memanfaatkan teknologi modern dan komputerisasi. dukungan sumber daya manusia yang professional dan handal. berpegang teguh pada komitmen "Berpadu Membangun Masyarakat Berpengetahuan".

Adapun rumusan masalah sebagai berikut :

(1) Apakah kualitas layanan, harga dan atmosfer toko secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo ? (2)Apakah kualitas layanan, harga dan atmosfer toko secara simultan berpengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan di toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo? (3) Manakah Variabel yang paling dominan diantara kualitas layanan, harga dan atmosfer toko mempengaruhi Kepuasan pelanggan toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo ?

Dalam hal ini penulis memilik Tujuan sebagai berikut**:** (1)Untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas layanan, harga dan atmosfer toko secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. (2) Untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas layanan, harga dan atmosfer toko secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. (3) Untuk mendeskripsikan variabel yang paling dominan diantara kualitas layanan, harga dan atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan pada toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo.

Tinjauan Pustaka

Pelayanan

Boone and Kurtz (1995; p.46) mengatakan bahwa "*Quality is degree of excellence or superiority of and organization's goods and service"*. Kualits merupakan suatu tingkat keunggulan dari suatu barang dan layanan yang telah dihasilkan oleh badan usaha, maka dapat diketahui bahwa kualitas ini sangat penting, dmana setiap pemasar berusaha menarik pelanggan dengan kualitas yang dihasilkan.

Dimensi Kualitas Layanan

Parasuraman,et al(1998) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan, mengidentifiksikan lima faktor utama yang menentukan kualitas layanan, yakni Keandalan *(Realibility)*, yang mencakup konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelyanan secara tepat sejak awal (right the first time) dan telah memenuhi janji (iklan)nya.

1.Keandalan *(Realibility)*, yang mencakup konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (dependability). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelyanan secara tepat sejak awal (right the first time) dan telah memenuhi janji (iklan)nya.

2.Daya Tanggap *(Responsiveness)*, yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

3.Bukti Langsung *(Tangible)*, yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastik.
4.Jaminan *(Assurance)*, yaitu mencakup pengetahuan, ke-mampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki

para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu–keraguan. Merupakan di-mensi terpenting dari suatu pelayanan dimana para pelanggan harus bebas dari resiko yang tinggi atau bebas dari keragu–raguan atau ketidak pastian.

5.Empati *(Empathy),* meliputi ke-mudahan dalam melakukan hu-bungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal terpenting dari empati adalah cara menyampaikan baik secara personal maupun basa. Para pelanggan dianggap sebagai orang yang penting dan khusus.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk me-mecahkan permasalahan konsumen. Semakin berkualitasnya tingkat pe-layanan suatu perusahaan maka kon-sumen akan semakin terpecahkan permasalahanya dan kepuasan pelanggan akan tercipta dikarenakan pelanggan puas dengan apa yang mereka dapat

Harga

Menurut Mursid (2003:78), "Harga merupakan alat utama untuk membedakan produk dari produk saingan". Sedangkan E. Jerome McCarthy (1990:446), "*Price is what is charged for something*". Yang artinya, harga merupakan apa yang kita bayarkan untuk sesuatu yang kita dapat Jadi dari definisi-definisi diatas dapat di ambil kesimpulan, bahwa harga adalah nilai atau tarif untuk membayar.

Hubungan antara harga dengan kepuasan pelanggan

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga harus sesuai dengan pendapatan yang diterima oleh masyrakat khususnya pelanggan, yang menciptakan kepuasan pelanggan dimana harga yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan

Atmosfer Toko

Lamb, Hair dan McDaniel (2001:24), penggunaan Atmosfer Toko mempunyai sejumlah tujuan, antara lain bahwa penampilan toko membantu menentukan citra toko dan memposisikan eceran toko yang efektif, yang tidak hanya akan menjamin kenyamanan dan kemudahan melainkan juga mempunyai

pengaruh yang besar pada pola lalu-lintas pelanggan dan sikap berbelanja kon-sumen.

Tujuan dan faktor faktor Atmosfer toko

Store Atmosphere mempunyai tujuan tertentu. Menurut Lam, Hair dan McDaniel (2001:105) tujuan dari store atmosphere toko dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penampilan eceran toko memnatu menetukan citra toko dan mem-posisikan eceran toko dalam benak konsumen.

2. Tata Letak toko yang efektif tidak hanya aka nmenjamin kenyamanan dan kemudahan melainkan juga mempunyai pengaruh yang besar pada pola lalu lintas pelanggan perilaku berbelanja. Sedangkan faktor –faktor yang berpengaruh dalam menciptakan suasana toko menurut Lamb, hair dan McDaneil (2001:108) yaitu :

1.Jenis kenyamanan dan kepadatan, maksudnya karakteristik umum karyawan sebagai contoh : rapih, ramah, berwawasan luas atau berorientasi pada pelayanan.

2.Jenis barang dagangan dan kepadatan, jenis barang dagangan yang dijual dan bagaimana barang tersebut dipajang sangat menentukan sausana toko yang ingin diciptakan oleh pengecer.

3.Jenis Perlengkapan tetap (fixture) dan kepadatan, perlengkapan tetap bias elegan (terbuat dari kayu jati) trensy, perlengkapan tetap harus konsisten dengan suasana umum yang ingin diciptakan.

4.Bunyi suara, bunyi suara bisa menyenangkan atau menjengkelkan bagi seorang pelanggan, musik juga bisa membuat kosnumen tinggal lebih lama di toko dan membeli lebih banyak makan dengan cepat dan meninggalkan meja, bagi pelanggan lainnya musik dapat mengontrol lalu lintas toko, menciptakan suatu citra dan menarik atau mengarahkan perhatian kosnumen

5.Aroma, bau bisa merangang maupun menganggu penjualan. Penelitian me-nyatakan bahwa orang–orang menilai barang dagangan secara lebih positif, mengha-biskan waktu yang lebih baik bila ada aroma yang dapat disetujui.

6.Faktor visual, warna dapat men-ciptakan suasana hati atau memfokuskan perhatian. Penca-hayaan juga bisa mempunyai pengaruh penting pada suasana toko.

Hubungan Atmosfer Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan

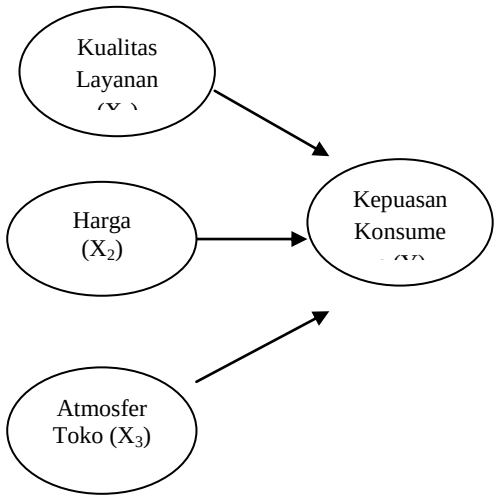
Atmosfer toko adalah suasana yang terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Atmosfer toko

menyebabkan atau mempengaruhi kepuasan Pelangan. Keadaan emosional akan membuat perasaan yang membuat pelanggan semakin senggan, nyaman dan aman semakin puas terhadap keadaan sebuah toko.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan juga dinilai sebagai pemenuhan rasa senang karena apa yang diharapkan oleh konsumen bias terpenuhi dar apa yang bsa disajikan oleh perusahaan. hal ini menunjukan bahwa kepuasa dapat dinilai sebagai rasa senang yang dirasakan oleh konsumen karena dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Kotler (2002) mengatakan *" Satisfaction is the level of one's feelings after comparing the performance (results) are perceived as compared with expectations. Each company directs its business activities to produce goods and service that can provide satisfaction to consumers"* Heryanto (2011:20).

Kerangka Konseptual



Hipotesis

Variabel Kualitas Layanan, Harga dan Atmosfer toko mempunyai pengaruh yang signifikan secara Parsial terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo

Variabel Kualitas Layanan, Harga dan Atmosfer toko mempunyai pengaruh yang signifikan secara Simultan terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo

Variabel Harga mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo

Metode Penelitian

Pengambilan sampel dalam penelitian ini berdasarkan teknik *non probability sampling* yaitu metode *sampling* yang tidak memberi kesem-patan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2004). Sedangkan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* atau *convenience sampling* yaitu teknik sampling berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Proses diperolehnya sampel semacam ini disebut sebagai penarikan sampel secara kebetulan. Hal ini dilakukan agar dapat memudahkan saat pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini yang dipilih sebagai responden adalah pelanggan Toko Buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang responden dengan penentuan sampel menggunakan Rumus Slovin (dalam Riduwan, 2005:65)

$$n = N/N(d)^2+1$$

n = sampel

N = Populasi

d = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05

Misalnya, Jumlah populasi adalah 125 dan tingkat kesalahan yang

di kehendaki adalah 5%, maka jumlah sempel yang di gunakan adalah :

$N = 125 / 125 (0,05)^2 + 1 = 95,23$ dibulatkan 95

Untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang. Jumlah responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

Teknik Pengumpulan Data

a) Kuesioner

Teknik pengumpulan data melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada masyarakat yang berhubungan langsung dengan masalah yang akan diteliti dan diisi oleh responden itu sendiri. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pelanggan toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo.

b) Observasi

Menggunakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti, dalam penelitian ini pada toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo.

c) *Interview*

Mengadakan wawancara untuk memenuhi data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan menanyakan langsung kepada beberapa pelanggan di toko buku Togamas Gajah Mada Sidoarjo sesuai dengan yang diperlukan oleh peneliti.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, seperti dikemukakan dengan rumus :

$$F = (1 - R^2) / (n - k - 1) \; R^2 / k$$

Dimana:

F = koefisien f

R^2 = koefisien determinasi

N = banyaknya data

k =banyaknya variabel bebas

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji ini berfungsi untuk menguji signifikasi konstanta dari setiap variabel

bebas terhadap variabel terikat. Bentuk rumusnya sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{bi}}$$

Dimana :

bi = Koefisien regresi

Sbi = Standart error bi

Penelitian ini data yang terkumpul diolah dengan bantuan program *SPSS for windows versi 20* dengan tujuan untuk memudahkan data yang akan di-klarifikasikan ke dalam kategori-kategori, serta selanjutnya dibandingkan dengan menghitung frekuensi dan prosentasi. Selanjutnya, analisis statistik yang digunakan dalam menguji pengaruh yang signifikan antara kompensasi, konflik dalam organisasi dan motivasi kerja terhadap prestasi kerja sebagai hipotesis penelitian ini adalah *MultipleRegression*. Hal ini dilakukan guna menentukan ketepatan prediksi "apakah ada pengaruh antara *variabel dependen* dengan *variabel independen"*.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari segi validitasnya maupun reliabilitasnya terhadap 100 responden pada pengujian instrumen penelitian ini diperoleh hasil instrumen penelitian yang dipergunakan adalah valid dan bisa dilihat dari nilai korelasinya lebih besar 0.1975 (r tabel 0,05 : 100 - 2) dan koefisien reabilitas (Alpha Cronbach) lebih besar dari 0,6. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel berikut: .

Analisis Regresi Linier Berganda

Data kuesioner yang telah ditabulasikan dan dilakukan analisis menggunakan regresi berganda dengan bantuan SPSS yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (kepuasan pelanggan)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Variabel kualitas pelayanan

X_2 = Variabel harga

X_3 = Variabel atmosfer Toko

Berikut penulis akan men-jelaskan variabel kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko terhadap variabel kepuasan pelanggan melalui pengujian regresi berganda sebagai berikut :

Hasil Analisa Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t hitung	Sig.	R
	B	Error	Beta			
Kualitas Pelayanan	0,118	0,069	0,176	1,712	0,090	-0,142
Harga	0,246	0,078	0,334	3,154	0,002	0,388

Atmosfer Toko	0,206	0,073	0,253	2,800	0,006	0,373
Konstanta = 2,977 Adjuster R square = 0,370 R square = 0,390 R = 0,624			F = 20,420 F Tabel (5%) = 2,70 t Tabel (5%) = 1,66071 F sig =0,000 n = 100			

Sumber : Ouput SPSS, Diolah Penulis Lampiran 7

Dari hasil analisis di atas, maka dapat dirumuskan:

$Y = 2{,}977 + 0{,}118\ X_1 + 0{,}246\ X_2 + 0{,}206\ X_3$

a = 2,977; artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan atmosfer toko (X_3) sama dengan 0 maka kepuasan pelanggan pada Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo sebesar 2,977 satu satuan.

b_1 = 0,118; artinya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,118 yang berarti variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Buku Togamas Gadjah mada Sidoarjo. Dari (b_1) yang mempunyai nilai 0,118 menunjukkan apabila variabel kualitas pelayanan dinaikkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,118 satu satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (harga dan atmosfer toko) adalah konstan.

b_2 = 0,246; artinya nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,246 yang berarti variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo. Dari (b_2) yang mempunyai nilai 0,246 menunjukkan apabila variabel harga dinaikkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,246 satu satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (kualitas pelayanan dan atmosfer toko) adalah konstan.

b_3 = 0,206; artinya nilai koefisien regresi (b_3) sebesar 0,206 yang berarti variabel atmosfer toko mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari (b_3) yang mempunyai nilai 0,206 menunjukkan apabila variabel tempat dinaikkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,206 satu satuan dengan asumsi bahwa variabel bebas lain (kualitas pelayanan dan harga) adalah konstan.

Dari tabel 5.15 pada kolom uji t merupakan hasil t hitung dari uji regresi, nilai t hitung ini akan dibandingkan dengan t tabel, apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka secara individu variabel tersebut berpengaruh signifikan dan sebaliknya. Sedangkan tabel sig. t merupakan tabel signifikasi, apabila nilai sig. t kurang dari 0,05 maka variabel tersebut signifikan dan sebaliknya. Dari tabel di atas variabel harga (X2) dan tempat (X3) berpengaruh signifikan karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau signifikasi kurang dari 0,05 dan sebaliknya pada variable kualitas pelayanan (X1) nilai sig. t kurang dari

0,05 atau variabel kualitas pelayanan (X1) tidak signifikan.

Berdasarkan pengujian hipotesa pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar -1,712 > t_{tabel} 1,66071. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai hubungan yang kuat dalam kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengujian hipotesa pengaruh antara harga terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 3,154 > t_{tabel} 1,66071. Harga mempunyai hubungan yang kuat dalam kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Harga yang dapat diterima pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan saat membeli, karena pelanggan/konsumen akan mempertimbangkan harga dengan barang yang diterima. Misal dengan diskon, pelanggan semakin tertarik akan barang yang dijual . Jadi konsumen dapat menerima harga yang sesuai dipasaran dengan barang yang diterimanya guna mendapatkan kepuasan.

Hasil analisis data terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} 2,800 > t_{tabe}1,66071. Tempat juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan .

Hasil analisis diatas Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo lebih memperhatikan atmosfer toko juga, guna untuk mempengaruhi pelanggan dalam mendapatkan kepuasan pelanggan, sebab dengan atmosfer yang tenang, nyaman dan aman maka Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo akan semakin besar peluang mendapatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengujian statistik menunjukkan nilai korelasi determinan (r^2) parsial untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,0187 (1,87%), variabel harga sebesar 0,0936 (9,36%) dan variabel atmosfer toko sebesar 0,0660 (6,60%). Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi parsial antara kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan lebih didominasi oleh harga sehingga harga menjadi acuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo, disamping itu disertai juga dengan variabel kualitas pelayanan dan tempat yang mendukung kepuasan pelanggan.

Selain dari besarnya r^2 parsial yang dihasilkan dalam pengujian statistik menunjukkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap perubahan pada variabel terikat. Hasil penelitian menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,389. Hal ini menjelaskan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan tempat yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan 38,9% perubahan yang terjadi pada variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas (kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko) cukup dominan dalam menentukan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu pihak Manajemen perlu untuk mencermati tiga dimensi tersebut. Selain itu juga dimensi dimensi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan perlu ditinjau sehingga didapatkan faktor-faktor sebagai variabel yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo yang lebih signifikan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan survei lapangan secara langsung di Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1.Dari hasil penelitian diatas bahwa ditemukan koefisien $Y = 2{,}977 + 0{,}118\ X_1 + 0{,}246\ X_2 + 0{,}206\ X_3$ yang berarti secara umum bahwa semua variabel berpengaruh positif dan Variabel harga mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo.

2.Berdasarkan gambar kurve 5.1 uji F diketahui bahwa F hitung sebesar 20,420 dan F tabel sebesar 2,70; maka F hitung > F tabel pada tingkat kesalahan 5 % dan Ha diterima dan Ho di tolak pada tingkat probabilitas kesalahan sebesar 0,000 maka kesimpulannya secara keseluruhan faktor variabel kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan di toko buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo.

3. Variabel kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo. Variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh parsial secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo. Variabel harga dan tempat mempunyai pengaruh parsial secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo.

4. Koefisien dterminasi (R^2) yaitu sebesar 0,372 menunjukkan bahwa secara bersama-sama ketiga variabel bebas mampu menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap variabel terikat sebesar 37,2% , sedangkan perubahan variabel terikat lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dengan proporsi yang rendah.

5. Keeratan hubungan antara kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan , diketahui R sebesar 0,624 , yang berarti menunjukkan bahwa proporsi keeratan hubungan antara kualitas pelayanan,atmosfer toko dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan bersifat sangat kuat dan positif sebesar 62,4 %. Artinya kualitas pelayanan,harga dan atmosfer toko memiliki proporsi keeratan hubungan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 62,4 % sedangkan sisanya 37,6% di-pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteiliti.

Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang dominan maka Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo hendaknya lebih memperhatikan variabel harga sehingga dapat diharapkan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan. Variabel ini terdiri dari harga yang bervariasi,harga yang terjangkau, harga yang stabil, harga yang di tawarkan sesuai dengan apa yang didapat pelanggan (pelayanan, fasilitas, suasana), dan harga yang ditawarkan lebih murah karena memiliki diskon. Penting disadari oleh pihak Manajemen Toko buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo bahwa harga yang baik dan bagus sesuai keinginan konsumen akan mempengaruhi kepuasan pelan-ggan sehingga target-target yang di-harapkan oleh Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo dalam rangka tujuan organisasi dapat terealisasi secara optimal.

2. Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo juga harus memperhatikan variabel atmosfer toko, Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo harus memperhatikan dan membe-rikan atmosfer yang tenang, nyaman dan aman di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo.

3. Dari hasil lapangan bahwa memang kualitas layanan di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo kurangnya tersedia buku yang diinginkan oleh para pelanggan dan juga adanya kurang pekanya karyawan terhadap pelanggan sehingga kualitas layanan yang terjadi kurang. Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo juga harus memperhatikan kualitas pelayanan, karena dari hasil analisa dan pembahasan variabel kualitas

pelayanan tidak memiliki pengaruh dibandingkan dengan variabel lainnya. Perlunya peningkatan pelayanan seperti lebih peka terhadap pelanggan, attitude yang baik, kelengkapan buku juga perlu ditingkatkan.

4.Melihat hasil pengujian statistik tentang koefisien determinasi dibawah 50%, guna memberikan pengaruh yang lebih signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo,organisasi Toko Buku Togamas Gadjah Mada Sidoarjo sebaiknya mempertimbangkan faktor variabel-variabel bebas lainnya selain variasi kualitas pelayanan, harga dan atmosfer toko sehingga dapat diperoleh kepuasan pelanggan yang lebih optimal.

5. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menjadi perhatian dan saya sarankan menambah atau memperbaiki variabel X penelitian yang sudah dilakukan

Daftar Pustaka

Abdullah, Thamrin. 2012. Manajemen Pemasaran Cetakan I, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Hadiati, Sri dan Sarwi Ruci. 1999.Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 1 (1) . 56 - 64.

Hadiyati, Ernani. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang). Jurnal Manajemen Universitas Jambi. 2 (2) : 81 – 90

.http://expresisastra.blogspot.co.id/2013/10/jenis-dan-teknik-atau-metode.html (diakses 11 November 2015, diambil jam 14:25 WIB)

http://togamas.co.id/views-aboutus (diakses 06 Januari 2016, diambil jam 19:30 WIB)

Lishanti, Winda.2013. Pengaruh *Store Atmosphere*, *Store Location*, dan *In-Store Emotional Experiences* Terhadap *Stroe Attitude* Pada *Speciality Store "STROBERI"* Tunjungan Plaza Surabaya. journal.wima.ac.id/index.php/JUMMA/article/view/427

Panjaitan, Hotman. 2008. Analisis Kepuasan Pelanggan melalui Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan. PT Revka Petra Media. Surabaya

Panjaitan, Hotman. 2008. Manajemen Pemasaran. PT Revka Petra Media. Surabaya.

Paramita, Yolanda Dewi. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kawasaki PT. Surapita Unitrans Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Surabaya

Sugiyono.2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualtiatif dan R & D. Alfabet Bandung.

Suparta,I Made. 2014. Buku Panduan Praktikum Statistik Program SPSS Versi 20 (Statistical

Product and Service Solutions).Laboratorium Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.