

**HUBUNGAN *RETAIL SERVICE QUALITY* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MORO MALL PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**LAELY AYU RAKHMAWATI
NIM.1617201146**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Laely Ayu Rakhmawati

NIM : 1617201146

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : **Hubungan *Retail Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Moro Mall Purwokerto**

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto,



Laely Ayu Rakhmawati
NIM.1617201146

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

HUBUNGAN *RETAIL SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MORO MALL PURWOKERTO

Yang disusun oleh Saudari **Laely Ayu Rakhmawati NIM. 1617201146** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **14 Desember 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji



Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji



Sarpini, M.E.Sy.
NIP. 19830404 201801 2 001

Pembimbing/Penguji



Siti Mas'umah, S.E., M.Si.
NIDN. 2010038303

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 13 Januari 2021

Mengesahkan/
Dekan




Dr. H. Faqih Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19750921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Laely Ayu Rakhmawati, NIM. 1617201146 yang berjudul:

**Hubungan *Retail Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Moro Mall
Purwokerto**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto,



Sifi Ma'sumah, M.Si.
NIP. 2010030303

**HUBUNGAN *RETAIL SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN MORO MALL PURWOKERTO**

Laely Ayu Rakhmawati

NIM.1617201146

E-mail: laelyayur@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Retail Service Quality* yang terdiri dari aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, dan kebijakan memiliki hubungan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 responden yang dipilih berdasarkan teknik purposive sampling. Sementara itu, pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis uji Spearman- ρ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, dan kebijakan pada kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Moro Mall Purwokerto. Dengan nilai korelasi tertinggi yaitu variabel reliabilitas sebesar 0,833 dan nilai korelasi terendah yaitu variabel kebijakan dengan nilai 0,570.

Kata kunci: *Retail Service Quality*, Kepuasan Pelanggan.

***THE RELATIONSHIP OF RETAIL SERVICE QUALITY TOWARDS
CUSTOMER SATISFACTION MORO MALL PURWOKERTO***

Laely Ayu Rakhmawati

NIM.1617201146

E-mail: laelyayur@gmail.com

Sharia Economics, Faculty of Economics and Business Islam
Purwokerto State Islamic Institute (IAIN)

ABSTRACK

Service quality is an expected level of excellence and control over the level of excellence to get customer satisfaction. Quality service plays an important role in shaping customer satisfaction, besides that it is closely related to creating profits for the company. The purpose of this study was to determine whether Retail Service Quality consisting of physical aspect, reliability, personal interaction, problem solving, and policy a relationship to customer satisfaction Moro Mall Purwokerto. The survey was conducted using a questionnaire that was distributed directly to 100 respondents selected based on purposive sampling technique. Meanwhile, testing was carried out using Spearman-rho test. The result showed that the variable of physical aspects, reliability, personal interaction, problem solving, and policy on service quality have a significant relationship to customer satisfaction at Moro Mall Purwokerto. With the highest correlation value is the reliability variable of 0.833 and the lowest correlation value is the policy variable with a value of 0.570.

Keywords: Retail Service Quality, Customer Satisfaction.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (Odengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	Ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	d'	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	Ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

3. Ta' Marbūṭah di akhir kata Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>Ĥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- Bila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

- Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan harakat, fathāh atau kasrah atau d'ammah ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-ḥiṭr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

-----	Fathah	Ditulis	A
-----	Kasrah	Ditulis	I
-----	d'ammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جا هلية	ditulis ditulis	A <i>Jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تنسى	ditulis ditulis	Ā <i>Tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati كر يم	ditulis ditulis	Ī <i>Karīm</i>
4.	D'ammah + wāwu mati فروض	ditulis ditulis	Ū <i>furūd'</i>

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis Ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati قول	Ditulis Ditulis	Au <i>Qaul</i>

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لألئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd'</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

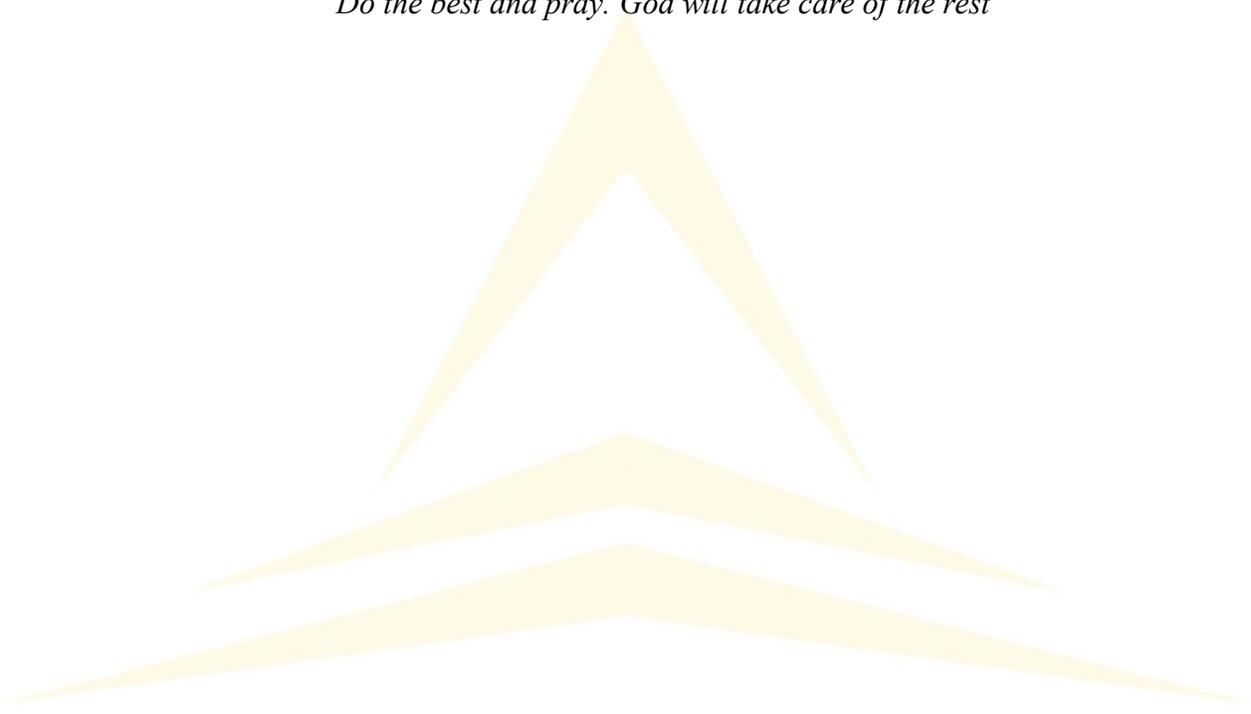


IAIN PURWOKERTO

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.” (QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Do the best and pray. God will take care of the rest”



IAIN PURWOKERTO

**Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua dan saudara saya
tercinta:**

Alm Bapak Muhammad Muslich, Ibu Eni Purwati, Fandi Akhmad, Listyani,
Aldevaro Khasyafani Akhmad.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunai-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skripsi yang berjudul “Hubungan *Retail Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Moro Mall Purwokerto”. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang selalu kita nantikan *syafa'atnya* di *yaumul akhir*.

Dengan terselesaikannya penelitian ini, pastinya tidak lepas dari doa, dukungan serta dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu penulis ucapkan terima kasih atas seluruh bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Penulis sampaikan terima kasih mendalam kepada :

1. Dr. KH. Muhammad Roqib, M.Ag, Rektor Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. H. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., Wakil Rektor III Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Kepala Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
7. Siti Ma'sumah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Ibu.

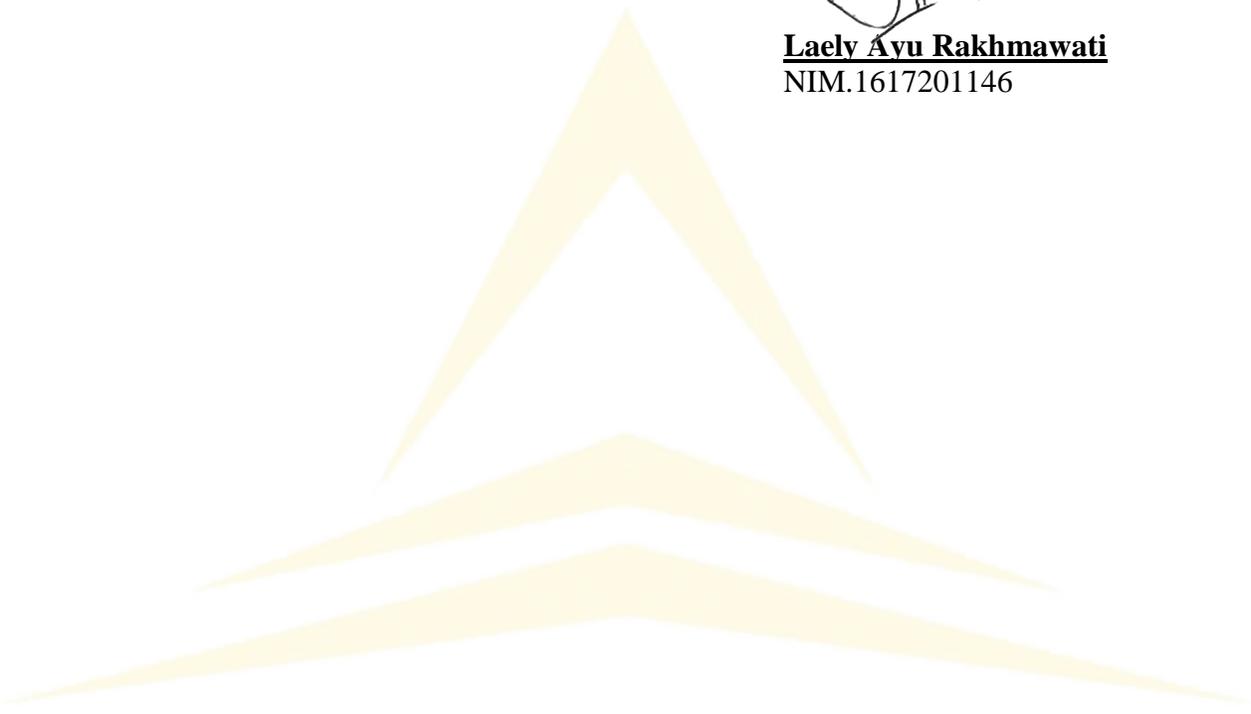
8. Seluruh Dosen Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Purwokerto.
10. Orangtua penulis, Alm Bapak Muhammad Muslich dan Ibu Eni Purwati yang merupakan orangtua terhebat yang telah mencurahkan segenap kasih sayangnya, merawat, mendidik, serta doa-doanya selalu menguatkan semangat dan keyakinan kepada penulis, semoga selalu diberi keberkahan dari Allah SWT.
11. Kakak penulis, Mas Fandi Akhmad beserta istrinya dan anaknya Aldevaro Khasyafani Akhmad yang selalu menyemangati penulis, semoga selalu dimudahkan dalam segala urusan.
12. Teman-temanku Tri Rochana, Annisatun Falaah, Ika Alinda, Anjani Sinta Dewi, Dheka Hesty Arlyne, Laelatul Istiqomah yang telah membantu dan mendoakan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat-sahabat saya tercinta, Lingsir India ATP, Zulfa Aulia Zahra, Diazka Maulida Sudarsono, Ade Yuliana, Ana Rofiqoh yang senantiasa membantu, memberi semangat serta doa untuk kelancaran skripsi ini.
14. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
15. Muhammad Yoga Iswara, yang telah membantu dan memberikan semangat setiap harinya dalam penyelesaian skripsi ini.
16. Kawan-kawan seperjuangan Ekonomi Syariah D angkatan 2016, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka dan duka semoga tidak akan pernah terlupakan.
17. Semua pihak yang telah membantu, menyemangati, dan mendoakan penulis selama penyusunan skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu, dibutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun

untuk skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis dan pembaca sekalian. Aamiin.

Purwokerto,



Laely Ayu Rakhmawati
NIM.1617201146



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Pesaing Moro Mall Purwokerto

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan

Tabel 4.5 Nilai Indeks Variabel Aspek Fisik

Tabel 4.6 Nilai Indeks Variabel Reliabilitas

Tabel 4.7 Nilai Indeks Variabel Interaksi Personal

Tabel 4.8 Nilai Indeks Variabel Pemecahan Masalah

Tabel 4.9 Nilai Indeks Variabel Kebijakan

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.13 Interpretasi Uji Spearman- ρ

Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Variabel Aspek Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Variabel Reliabilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Variabel Interaksi Personal Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Variabel Pemecahan Masalah Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Variabel Kebijakan Terhadap Kepuasan Pelanggan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

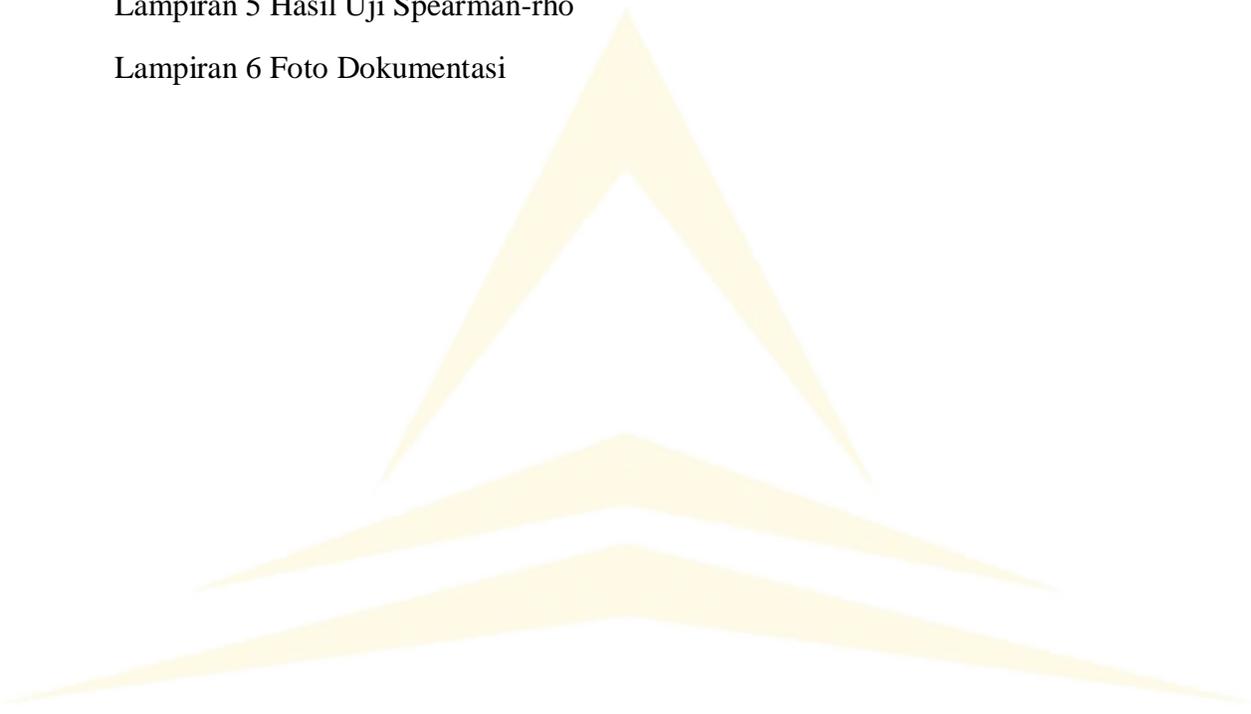
Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Spearman-rho

Lampiran 6 Foto Dokumentasi



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	<i>vi</i>
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusah Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan.....	6
E. Manfaat.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Manajemen Pemasaran.....	8
3. Konsep Pemasaran.....	9
B. Bauran Pemasaran.....	10
C. Kualitas Pelayanan.....	12
D. <i>Retail Service Quality</i>	13
E. Kepuasan Pelanggan	
1. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	14
2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	15
F. Hubungan <i>Retail Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	16

G. Landasan Teologis	
1. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	17
2. Kepuasan Pelanggan Menurut Islam.....	20
H. Penelitian Terdahulu.....	21
I. Kerangka Pemikiran.....	25
J. Hipotesis.....	25

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian.....	30
B. Data dan Metode Perolehan Data	
1. Data Penelitian.....	30
2. Metode Perolehan Data.....	30
3. Populasi dan Sampel.....	31
4. Pengukuran Data.....	32
C. Variabel Penelitian.....	33
D. Defisini Operasional Variabel	
1. <i>Retail Service Quality</i>	33
2. Kepuasan Pelanggan.....	35
E. Metode Analisis Data	
1. Uji Instrumen Penelitian.....	36
2. Uji Normalitas.....	36
3. Uji Hipotesis.....	37

BAB IV : HASIL ANALISIS DATA

A. Analisis	
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
2. Gambaran Umum Responden.....	39
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
4. Uji Instrumen Data.....	46
5. Uji Normalitas.....	48
6. Uji Hipotesis Spearman-rho.....	49
B. Pembahasan.....	51

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	59
B. Keterbatasan.....	60
C. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya tujuan dari kegiatan pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok dalam memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka, dengan cara membuat dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain (Simamora, 2003).

Seiring perkembangan zaman, bisnis ritel mengalami perkembangan yang cukup pesat, khususnya di Indonesia. Hal ini ditandai dengan makin banyaknya bisnis ritel tradisional yang melakukan pembenahan diri menjadi bisnis ritel modern, maupun bisnis ritel modern yang baru lahir. Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi dan keluarga (Utami, 2017).

Perdagangan eceran semakin bertambah menjadikan tingkat persaingan usaha ini semakin ketat. Bukan hanya bersaing pada produk dan harga barang pemenuhan kebutuhan pelanggan, namun juga berlomba untuk memberikan pelayanan pelanggan yang berkualitas untuk kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila setelah pelanggan menggunakan suatu produk/ jasa, apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan dapat terpenuhi bahkan melebihi harapannya.

Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, atau sesuatu yang bersifat emosional. Jika pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika *value* bagi pelanggan

adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang jika pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman (Permana, 2013).

Layanan pelanggan (*customer service*) merupakan setiap kegiatan yang diperuntukkan atau di tunjukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bermutu dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Pelayanan *Customer Service* yang bermutu hanya bisa di pahami dari sudut pandang nasabah, yaitu nasabah cenderung memberikan penilaian terhadap tingkat pelayanan dari dua cara pandang, yaitu: 1) mencangkup sistem dan prosedur yang telah tertata, guna menyampaikan produk dan atau layanan. 2) Berhubungan dengan bagaimana penyedia pelayanan dalam menggunakan sikap, perilaku, dan kemampuan lisan dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Seorang *customer service* mampu menyelesaikan permasalahan dan keluhan pelanggan, serta mampu menjelaskan beragam produk dan informasi dengan jelas. Cara *customer service* dalam melayani nasabah mencerminkan bagaimana sikap perusahaan tersebut dalam memberikan layanan kepada pelanggannya. Sehingga baik buruk pelayanannya akan mempengaruhi persepsi dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Fernandes, 2018).

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi (Panjaitan, 2016). Oleh karena itu, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Kepuasan pelanggan (*Cunsomer Satisfaction*) merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang

dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain (Musanto, 2004).

Pada masa sekarang, pelanggan lebih memilih berbelanja ke gerai modern yang lebih bersih, tertata dan nyaman dibanding pergi berbelanja ke gerai tradisional yang masih sederhana. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang memutuskan beralih ke gerai tradisional ke gerai modern, muncul peluang bagi para peritel untuk membuka gerai baru atau merubah format dan inovasi baru gerai tradisional mereka menjadi gerai modern.

Perilaku tersebut kebanyakan terjadi pada pelanggan yang berdomisili di kota-kota besar, termasuk juga pelanggan yang berada di kota Purwokerto. Kecenderungan sifat pelanggan yang lebih memilih tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari dikarenakan faktor sifat konsumtif dan sifat hedonisme sehingga banyak gerai modern yang membuat banyak bermunculan perusahaan ritel modern besar di kota Purwokerto. Banyaknya peritel yang bermunculan, menyebabkan terjadinya persaingan yang cukup kuat baik antar peritel-peritel besar maupun peritel-peritel kecil. Para peritel harus berusaha menentukan strategi yang paling efektif untuk memenangkan persaingan. Faktor pelayanan pelanggan adalah salah satu poin penting dalam memenangkan persaingan antar peritel.

Sebagaimana halnya dengan department store, supermarket juga berusaha mempertahankan pelanggan dan menciptakan pelanggan yang setia melalui program pemberian bonus kepada pelanggan yang telah membeli dalam jumlah rupiah tertentu. Hal itu dilakukan dengan pemberian kupon belanja yang dikumpulkan hingga mencapai jumlah tertentu. Bagi pelanggan setia akan diberikan diskon khusus. Semua itu termasuk program pemasaran pelanggan setia (*loyalty marketing program*) (Setiyaningrum, 2015).

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Pesaing Moro Mall Purwokerto

No	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Rita Supermall Purwokerto	Jl. Jend. Soedirman No.29, Pereng, Sokanegara, Kec. Purwokerto Timur.
2.	Rita Pasar Raya Kebondalem	Jln. Jendral Sudirman No.56, Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.
3.	Rita Pasar Raya Isola Purwokerto	Jl. Jend. Soedirman No.588, Kongsen, Purwokerto Kulon, Kec. Purwokerto Selatan, Kab.Banyumas, Jawa Tengah.
4.	Depo Pelita	Dusun I Kalikidang, Kec. Sokaraja.
5.	Matahari Department Store Purwokerto	Pertokoan Kebondalem, Jl. Jendral Suprpto, Kebondalem, Purwokerto Lor.

Moro Mall Purwokerto adalah salah satu pusat perbelanjaan yang sudah dikenal masyarakat Purwokerto. Sejak beroperasi pada 17 Desember 1997, pusat belanja asli Purwokerto tersebut terus berinovasi hingga kini telah menjadi salah satu *one stop shopping* yang cukup ternama. Moro Mall menyediakan berbagai kebutuhan untuk keluarga, baik kebutuhan sehari-hari rumah tangga hingga hiburan. Dengan demikian, pelanggan Moro Mall Purwokerto mencakup semua segmen umur, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Setiap perusahaan yang baik harus berorientasi pada kepuasan pelanggan, Moro Mall Purwokerto juga melakukan berbagai upaya untuk tujuan tersebut. Diantaranya adalah adanya sistem membership dan juga peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. Pada masa pandemi ini, jumlah pengunjung Moro Mall terbilang lebih sedikit dibandingkan hari-hari biasa, menurut juru parkir Moro Mall Purwokerto

mengatakan bahwa untuk setiap harinya kurang lebih 200 untuk kendaraan roda dua dan sekitar 50 untuk kendaraan roda empat.

Sebagai salah satu upaya Moro Mall Purwokerto, pelayanan pelanggan mempunyai prioritas yang cukup tinggi. Karyawan yang menjunjung tinggi profesionalisme secara berkesinambungan untuk mencapai kepuasan kerja dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan. Tetapi pada kenyataannya masih terdapat komplain atau keluhan dari pelanggan, yaitu karena adanya kelemahan komunikasi dari pihak Moro Mall Purwokerto yang membuat pelanggan merasa kecewa. Tentunya, dengan adanya ritel terbaru di Purwokerto yaitu Rita Supermall yang menjadi salah satu penyebab dimana banyak pelanggan Moro Mall Purwokerto yang beralih atau berpindah tempat untuk berbelanja dengan alasan tersendiri.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka Moro Mall Purwokerto masih perlu melakukan evaluasi terkait pelayanan, terutama dalam hal komunikasi agar pelanggan tidak merasa kecewa dan berpindah ke lain tempat untuk berbelanja. Atas dasar pertimbangan sebagaimana diuraikan diatas, maka penulis memilih judul skripsi: Hubungan *Retail Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan Moro Mall Purwokerto.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat hubungan aspek fisik terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto?
2. Apakah terdapat hubungan reliabilitas terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto?
3. Apakah terdapat hubungan interaksi personal terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto?
4. Apakah terdapat hubungan pemecahan masalah terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto?

5. Apakah terdapat hubungan kebijakan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi. Oleh sebab itu, penulis membatasi penelitian ini hanya berkaitan dengan “Hubungan *Retail Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Moro Mall Purwokerto”.

D. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui hubungan aspek fisik terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto.
- b. Untuk mengetahui hubungan reliabilitas terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto.
- c. Untuk mengetahui hubungan interaksi personal terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto.
- d. Untuk mengetahui hubungan pemecahan masalah terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto.
- e. Untuk mengetahui hubungan kebijakan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto.

E. Manfaat

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan sehingga dapat membawa konsumen merasa puas.

- b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan, serta dapat memberikan informasi mengenai hubungan *retail service quality* terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto.

c. Bagi Mahasiswa

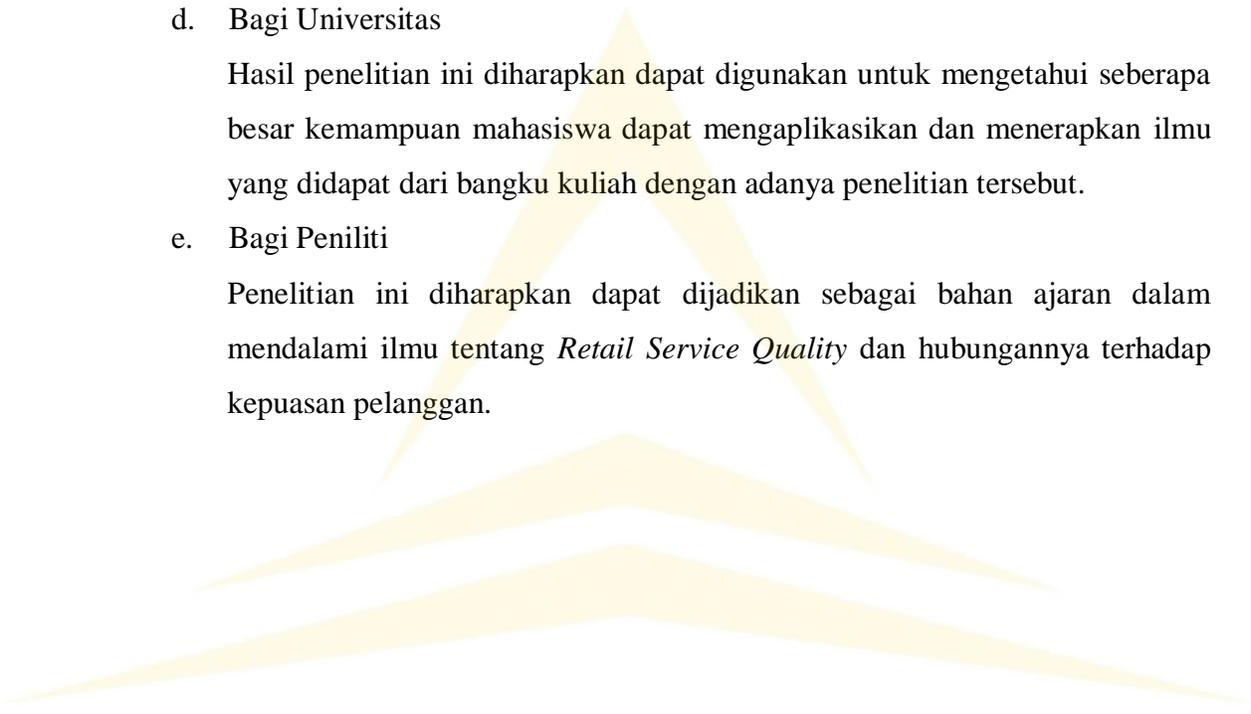
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada perusahaan ritel.

d. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan mahasiswa dapat mengaplikasikan dan menerapkan ilmu yang didapat dari bangku kuliah dengan adanya penelitian tersebut.

e. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan ajaran dalam mendalami ilmu tentang *Retail Service Quality* dan hubungannya terhadap kepuasan pelanggan.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dengan menggunakan metode uji Spearman- ρ , maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek fisik memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan uji Spearman- ρ yang memperoleh nilai korelasi sebesar 0,761 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menyatakan bahwa dari variabel aspek fisik memiliki hubungan yang kuat dengan variabel kepuasan pelanggan.
2. Reliabilitas memiliki hubungan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan uji Spearman- ρ yang memperoleh nilai korelasi sebesar 0,833 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menyatakan bahwa dari variabel reliabilitas memiliki hubungan yang sangat kuat dengan variabel kepuasan pelanggan.
3. Interaksi Personal memiliki hubungan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan uji Spearman- ρ yang memperoleh nilai korelasi sebesar 0,703 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menyatakan bahwa dari variabel interaksi personal memiliki hubungan yang kuat dengan variabel kepuasan pelanggan.
4. Pemecahan Masalah memiliki hubungan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan uji Spearman- ρ yang memperoleh nilai korelasi sebesar 0,663 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menyatakan bahwa dari variabel pemecahan masalah memiliki hubungan yang kuat dengan variabel kepuasan pelanggan.
5. Kebijakan memiliki hubungan secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Moro Mall Purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan uji Spearman- ρ yang memperoleh nilai korelasi sebesar 0,570 dan nilai signifikansi sebesar 0,000

yang menyatakan bahwa dari variabel kebijakan memiliki hubungan yang kuat dengan variabel kepuasan pelanggan.

B. Keterbatasan

Penelitian ini dilaksanakan pada masa pandemi, sehingga data tidak bisa diambil secara langsung karena keadaan yang tidak memungkinkan. Data diambil dari Google Form yaitu berupa kuesioner online melalui Google untuk mempermudah penulis. Sehingga penulis tidak bisa menjelaskan secara langsung kepada responden yang tidak paham mengenai penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan berbagai hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, informasi, dan dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak Moro Mall Purwokerto dalam menentukan langkah yang akan diambil pada masa yang akan datang. Misalnya pada variabel reliabilitas, dimana Moro Mall perlu mempertahankan pelayanannya dengan tepat agar dapat tercipta kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, variabel kebijakan memiliki nilai yang paling rendah. Maka dari itu, perusahaan perlu meningkatkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, menyediakan tempat parkir yang luas dan nyaman dan jam operasi yang nyaman bagi pelanggan agar dapat tercipta kepuasan pelanggan dan agar menarik pelanggan baru maupun pelanggan lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Permana, Made Virma. 2013. *Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan*. Jurnal Dinamika Manajemen Vol.4 No.2.
- Fernandes, Yolanda Darma & Marlius, Doni. 2018. *Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT.Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang*. Jurnal Akademi Keuangan dan Perbankan Padang.
- Panjaitan, Januar Efendi & Yuliati, Ai Lili. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung (The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE in Bandung)*.Jurnal Manajemen. Vol. 11 No.2.
- Musanto, Trisno. 2004. *Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya*. Jurnal Ekonomi Manajemen.
- Setiyaningrum, Ari & Udaya, Yusuf. 2015. *Prinsip-prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneur Marketing dan E-Marketing*. Andi. Yogyakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga.
- Selang, Christian. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 1 No. 3.

- Happy, Wendy Ardiawan. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Luwes Loji Wetan Solo)*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.
- Sri Andini, I Gusti Agus & Seminari, Ni Ketut. 2017. *Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol. 6 No. 12.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Juanda, Oscar Adam. 2019. *Analisa Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Di Transmart Carrefour Rungkut Surabaya*. Jurnal Strategi Pemasaran.
- Maulana, Ade Syarif. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI*. Jurnal Ekonomi.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Aldursanie, Ridwan. *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*, available on: <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam>, diakses pada tgl 17 Mei 2020 pada pukul 14.05 WIB.
- Abdullah, Ma'ruf. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Herdiana, Nana. 2013. *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Toriq, Mochammad & Soebari Martoatmodjo. 2014. *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU Pertamina 54.612.64 Di Sidoarjo*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Tanuwijaya, Melissa & Mohammad Yusak Anshori. 2013. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy*. Jurnal NeO-Bis.

- Suparmanti Asih, Nyoman. 2016. *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja*. Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE).
- Saidani, Basrah & Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI).
- Putra, Feki Dwi. 2013. *Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Ritel Pamella I Yogyakarta*. Jurnal Manajemen.
- Assiva, Cyntia Nisa. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Ritel Y Garut terhadap Kepuasan Konsumen*. Tugas Akhir. Politeknik Negeri Bandung. Bandung.
- Supranto. 2009. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta. Erlangga.
- Yuriansyah, Aulia. 2013. *Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Management Analysis Journal.
- Widhoyo Putro, Shandy & Ritzky Karina M.R Brahmana. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Suparmanti Asih, Nyoman. 2016. *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Agata Singaraja*. Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE).
- Utari Afiari, Riski. 2020. *Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kepuasan Konsumen dan Keunggulan Bersaing Di Lagani Coffe Yogyakarta*. Jurnal Universitas Islam Indonesia.
- Tjahjaningsih, Endang. 2013. *Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada*

Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang). *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*.

Martani, Wisjnu. 2012. *Metode Stimulasi dan Perkembangan Emosi Anak Usia Dini*. *Jurnal Psikologi*. Vol. 39 No. 1.

Kuswandi & Mutiara, Erna. 2004. *Delapan Langkah dan Tujuh Alat Statistik untuk Peningkatan Mutu Berbasis Komputer*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo. Hal. 172.

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Harinaldi. 2005. *Prinsip-prinsip Statistik Untuk Teknis dan Sains*. Jakarta. Erlangga.

Asnawi, Said Kelana & Wijaya Chandra. 2005. *Riset Keuangan Pengujian-pengujian Empiris*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Riyanto, Slamet. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta. CV. Budi Utama.

Ghazali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang. Undip.

Warto, Alizar Isna. 2012. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: Dilengkapi Dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto. STAIN Press, Purwokerto.

Hakim, Abdul. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi. CV Jejak.

Siyoto, Sandu & Sodik Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta. Literasi Media Publishing.

Novitasari, Henni & Azrico. 2012. *Pengaruh Retail Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Metro Swalayan Senapelan Plaza Pekanbaru*. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 20.

Janti, Suhar. 2015. *Analisis Validitas dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan Strategi Planning pada Industri*. *Jurnal SNAST*.

- Duli, Nikolaus. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta. CV. Budi Utama.
- Nugroho, Sigit. 2008. *Kajian Hubungan Koefisien Korelasi Pearson, Spearman-rho, Kendall-Tau, Gamma, dan Somers*. Jurnal Gradien.
- Puspita, Lidia. *Presentasi Moro Purwokerto*, available on: [https://www.academia.edu/10139900/presentasi Moro Purwokerto](https://www.academia.edu/10139900/presentasi_Moro_Purwokerto), diakses pada tanggal 12 Juli 2020 pada pukul 13.25 WIB.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Yusup, Dede. 2019. *Pengaruh Experiential Marketing Agrowisata Kampong Jamboe Terhadap Word Of Mouth Pengunjung*. Banten.
- Enterprise, Jubilee. 2018. *Lancar Menggunakan SPSS Untuk Pemula*. Jakarta. PT.Elex Media Komputindo
- Anitawidanti, Hafni.2010. *Analisis Hubungan Antara Stres Kerja dengan Kepuasan Kerja Karyawan Berdasarkan Gender*. Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- <https://tafsirweb.com/1033-quran-surat-al-baqarah-ayat-267.html> diakses pada tanggal 03 Januari pada pukul 14.46 WIB
- <https://tafsirweb.com/1291-quran-surat-ali-imran-ayat-159.html> diakses pada tanggal 03 Januari pada pukul 14.46 WIB