

Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kecantikan SilkyGirl Di Matahari Departement Store Thamrin Medan

Thesalonika Nainggolan

Universitas Potensi Utama, Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A Tanjung Mulia
Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241, Indonesia
Email : Thesalonika.ngln@gmail.com

Yahya Tanjung

Universitas Potensi Utama, Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A Tanjung Mulia
Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241, Indonesia
Email: yahyasbn25@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine how influential the store atmosphere variables and service quality are on customer satisfaction in silkygirl beauty products at Matahari Department Store Thamrin Medan. This research method uses quantitative methods with data collection techniques used in this study are interviews and questionnaires. The population used is employees who are consumers of slkyygirl beauty products, with the number of samples taken using the slovin formula, the sample obtained is 94 respondents with $\alpha = 0.5$. Data processing using SPSS Version 25 software, with descriptive analysis, multiple regression analysis and hypothesis testing. Based on the results of partial testing, the product has a positive and significant influence on customer satisfaction. Then based on the partial results it can be concluded that H2 is rejected which means that partially service quality does not have a positive and significant effect on customer satisfaction. In testing the F test that has been carried out by the author, it is known that the store atmosphere variable (X1) and service quality (X2) together have a positive and significant effect on customer satisfaction at the Silkygirl store in Matahari Department Store, Medan.*

Keywords: *Store Atmosphere, Service Quality and Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk kecantikan silkygirl di matahari departement store thamrin medan. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dan kuesioner. Populasi yang digunakan adalah karyawan yang menjadi konsumen pada produk kecantikan slkyygirl, dengan jumlah penarikan jumlah sampel menggunakan rumus slovin, sampel yang di dapat berjumlah 94 responden dengan $\alpha = 0,5$. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 25, dengan analisis deskriptif, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian Berdasarkan hasil secara parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial kualitas layanan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. pada pengujian Uji F yang sudah dilakukan penulis maka diketahui bahwa variabel suasana

Received Desember 30, 2022; Revised Januari 31, 2023; Februari 01, 2023

* Thesalonika Nainggolan, Thesalonika.ngln@gmail.com

toko (X1) dan kualitas layanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko silkygirl di matahari department store medan.

Kata kunci: Suasana Toko, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.

LATAR BELAKANG

Pada perkembangan zaman yang begitu maju sudah seharusnya setiap perusahaan sudah harus mempersiapkan masing-masing rencana ke depannya. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang perdagangan eceran (retailing) seperti toko, distro, mini market, department store (toserba), pasar swalayan (supermarket), dan lain-lain. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan tersebut, mereka memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Tingkat persaingan bisnis di dunia retail, khususnya pada penjualan barang kecantikan yang semakin ketat membuat pola pikir pengusaha yang berorientasikan pasar menjadi suatu kebutuhan yang tidak bisa dielakkan lagi oleh para pengusaha. Format ritel modern akan terus mengalami perkembangan seiring berkembangnya perekonomian, teknologi, dan gaya hidup masyarakat. Masyarakat Indonesia yang sangat gemar berbelanja memberikan motivasi bagi perusahaan retail yang menjual produk kecantikan terus mengembangkan usahanya agar dapat unggul dari pesaing. Di zaman yang semakin berkembang pesat seperti saat ini sangat banyak sekali terjadi persaingan yang ketat antar toko dengan ditandai munculnya banyak pesaing beserta strategi baru yang dimiliki oleh masing-masing toko. Semua itu dilakukan agar tetap membawa ketertarikan dan bisa mempertahankan konsumen sehingga konsumen memberikan respon yang positif terhadap produk dan bisa meningkatkan penjualan. Selain itu alasan yang lain adalah agar toko yang sedang mengalami persaingan ketat ini tidak gagal dalam persaingan dan dapat bertahan dalam pangsa pasar. Maka berbagai cara pun di tempuh oleh toko demi menyampaikan informasi tentang produknya.

Dan Oleh karena itu untuk mendukung latar belakang masalah ini, penelitian melakukan pra survey atau kuesioner awal untuk variabel Suasana Toko yang dilakukan kepada 30 orang responden yang bertindak sebagai Customer adapun pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Hasil Pra Survey Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
Kesesuaian Harapan			
1	Apakah pihak toko mampu memberikan harapan dari kualitas barang yang konsumen beli dari toko silkygirl.	20 (67%)	10 (33%)
2	Apakah kinerja karyawan Silkygirl sesuai harapan anda dalam berbelanja	14 (47%)	16 (53%)
Minat Berkunjung Kembali			
3	Apakah anda berminat untuk kembali berbelanja di Silkygirl	22 (73%)	8 (27%)
4	Apakah anda menyukai produk yang ada di Silkygirl	28 (93%)	2 (7%)
Kesediaan Merekomendasikan			
5	Apakah anda merekomendasikan produk Silkygirl ke teman atau keluarga anda	5 (17%)	25 (83%)
6	Apakah anda akan merekomendasikan produk Silkygirl ke sosial media anda	9 (30%)	21 (70%)

Sumber: Data Pra Survey 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari segi peningkatan kepuasan pelanggan dapat dikatakan bahwapihak toko terkesan kurang dalam memenuhi harapan dari para pelanggan sehingga yang terjadi adalah ada beberapa konsumen yang mungkin ingin datang kembali membeli dan ada juga yang tidak kembali hal ini berdampak pada kebanyakan konsumen yang tidak merekomendasikan produk yang mereka beli kepada temen, sanak saudara ataupun keluarga.

Melihat pentingnya Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan dapat Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Silky girl di Matahari Department Store kedalam sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Silky girl di Matahari Department Store “.

KAJIAN TEORITIS

A. Suasana Toko

1) Pengertian Suasana Toko

Suasana toko merupakan hal yang penting dalam menciptakan keputusan pembelian. Suasana toko yang nyaman dapat menstimulasi dan membangkitkan minat beli konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga pada akhirnya konsumen dapat melakukan pembelian. Berikut beberapa pengertian Suasana Toko menurut para ahli.

- a. Menurut Berman dan Evan (2018:464) Suasana toko mengacu kepada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan.
- b. Menurut Levy dan Weitz (2016:103) Suasana Toko mengacu pada desain dari sebuah lingkungan yang distimulasi oleh panca indra.
- c. Menurut Kotler (2016:65) Suasana toko adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli.

Suasana toko mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan.

B. Kualitas Layanan

1) Pengertian Kualitas Layanan

Berikut beberapa pengertian Kualitas Pelayanan menurut para ahli.

- a. Tjiptono dan Chandra (2019:82) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai bentuk upaya dalam mewujudkan kebutuhan, keinginan pembeli, serta ketepatan penyampaian produk tersebut agar dapat mengimbangi harapan pembeli.
- b. Menurut Kotler dan amstrong (2017:31) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.
- c. Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

C. Kepuasan Pelanggan

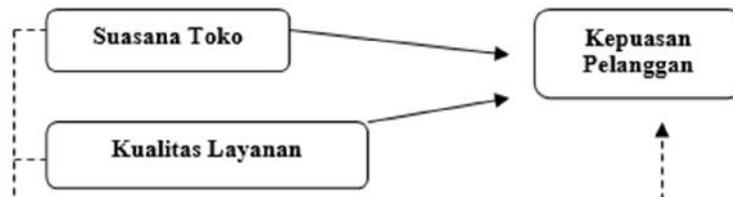
1) Pengertian Kepuasan Pelanggan

Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Berikut beberapa pengertian Kualitas Pelayanan menurut para ahli.

- a. Menurut Hawkins dan Lonney (2016:101) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternative produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian.
- b. Menurut Daryanto dan Setyobudi (2019:98), menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan nya terpenuhi.
- c. Menurut Daryanto (2019) menyatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakan terpenuhi.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah penting.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sumber Data

1) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berupa penjelasan atas pernyataan yang berbentuk angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data.

2) Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Menurut Sugiono (2017) menyatakan data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer meliputi: Kuesioner pra survey dan kuesioner penelitian.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiono (2017) menyatakan data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, atau lewat dokumen. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasi dan tidak dipublikasi. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi Kusioner penelitian.

B. Populasi Dan Sampel

1) Populasi

Menurut sugiyono (2017) menyatakan “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/ subjek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya”. Dalam penelitian ini populasinya mencakup Costumer pada Silkygirl di Matahari Departmen Store Medan yang berjumlah 1.634 responden yang diambil pada periode april-juli 2022.

2) Sampel Penelitian

Setelah menentukan populasi, maka selanjutnya melakukan penarikan sampel. Menurut sugiyono (2017) menyatakan “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Pada penelitian ini, responden yang menjadi sampel adalah Customer yang berbelanja langsung ke toko Silkygirl di Matahari Department Store Medan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan kuota sampling, yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuisisioner yang diberikan kepada responden yang berbelanja di toko Silkygirl yang berada di Matahari Departmen Store Medan. Kuisisioner ini berisi pernyataan secara tertulis mengenai permasalahan penelitian ini yang meliputi variabel Suasana Toko, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini disusun dalam bentuk skala Likert.

D. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevaliditas suatu instrumen. Validitas dilakukan untuk menguji instrument penelitian dimana instrumen yang dipakai dalam penelitian akan dapat berfungsi dengan baik apabila instrumen itu valid. Dalam uji validitas setiap pernyataan membandingkan r hitung dengan r tabel. (Sugiono 2015).

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dianggap valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument di anggap tidak valid.

2) Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliable apabila diuji secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan pada aspek yang diukur. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini akan menggunakan rumus Cronbach Alpha dengan menggunakan bantuan aplikasi computer software SPSS. Suatu konstrukstur atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $> 0,60$ (Sugiyono. 2015).

E. Teknik Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Data yang terkumpul harus apa adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistika deskriptif dapat digunakan bila peneliti

hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil (Sugiyono, 2017).

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat kenormalan suatu data. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan grafik (histogram dan p-plot) dan kolmogorov Sminov. Kolmogorov Sminov dikatakan normal nilai Asymp.Sig (2-tailed) > 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji suatu model apakah dalam model sebuah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk menguji multikoliniearitas dengan cara melihat nilai VIF (variance inflation) masingmasing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikoliniearitas.

3. Uji Heroekedastisitas

Dasar pengambilan keputusan uji heterokedastisitas Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

- a. Jika Nilai Signifikan, lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi.

c. Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara variabel atau meneliti seberapa besar pengaruh disiplin kerja, pengalaman kerja dan penempatan terhadap prestasi kerja sebagai variabel dependen. Adapun rumus yang digunakan adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

X1 = Suasana Toko

X2 = Kualitas Pelayanan

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

e = Tingkat error

d. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial

Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ atau $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.

2) Uji Simultan

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik.

- a. Jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen.

e. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Suasana Toko

Tabel 2. Angket Variabel Suasana Toko

No Item	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	16	17%	0	0	0	0	0	0	78	83%
2.	14	14,9%	11	11,7%	0	0	66	70,2%	3	3,2%
3.	0	0	32	34%	0	0	59	62,8%	3	3,2%
4.	5	5,3%	5	5,3%	11	11,7%	64	68,1%	9	9,6%
5.	4	4,3%	87	92,6%	0	0	0	0	3	3,2%

Sumber: hasil penelitian (2022)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah anda menikmati tata letak fasilitas di Toko silkygirl. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap konsumen yang berkunjung di Toko Silkygirl menikmati tata letak fasilitas di Toko Silkygirl dengan jawaban responden yang dominan menjawab sangat setuju sebanyak 78 responden.
- b. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah anda menyukai alunan musik ataupun suara yang disajikan toko Silkygirl. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap pengunjung di Toko Silkygirl menyukai alunan musik ataupun suara yang disajikan toko Silkygirl dengan jawaban responden yang dominan menjawab setuju sebanyak 66 responden.
- c. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah anda menyukai bau ruangan di toko Silkygirl. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap pengunjung menyukai bau ruangan di toko Silkygirl dengan jawaban responden yang dominan menjawab setuju sebanyak 59 responden.
- d. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah anda setuju tampilan fisik dari bahan-bahan yang digunakan untuk meja dan kursi dalam ruangan dan dinding ruangan sangat tertata rapi. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap pengunjung setuju dengan tampilan fisik dari bahan-bahan yang digunakan untuk meja dan kursi dalam ruangan dan dinding ruangan sangat rapi di toko Silkygirl dengan jawaban responden yang dominan menjawab setuju sebanyak 64 responden.

- e. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah anda merasa nyaman dengan desain interior yang ada di toko serta penataan meja yang ada di toko Silkygirl. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap pengunjung tidak setuju dengan tampilan desain interior yang ada di toko serta penataan meja yang ada di toko Silkygirl dengan jawaban responden yang dominan menjawab tidak setuju sebanyak 87 responden.

Tabel 3. Angket Variabel Kualitas Layanan

No Item	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	12	12,8%	14	14,9%	0	0	11	11,7%	57	60,6%
2.	24	25,5%	23	24,5%	1	1,1%	28	29,8%	18	19,1%
3.	21	22,3%	36	38,3%	3	3,2%	24	25,5%	10	10,6%
4.	16	17%	36	38,3%	3	3,2%	23	24,5%	16	17%
5.	13	13,8%	34	36,2%	3	3,2%	26	27,7%	18	19,1%

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah pelayanan yang diberikan di toko Silkygirl membuat anda nyaman dalam berbelanja. Jawaban responden yang lebih dominan menjawab sangat setuju sebanyak 57 responden maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan di toko Silkygirl membuat konsumen nyaman dalam berbelanja.
- b. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah sales di Silkygirl bersedia membantu anda dalam berbelanja. Jawaban responden yang lebih dominan menjawab setuju sebanyak 28 responden maka dapat disimpulkan sales di Silkygirl bersedia membantu konsumen dalam berbelanja.
- c. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah kualitas pelayanan ditoko Slikygirl dapat dikatakan baik. Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidak setuju sebanyak 36 responden maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan ditoko Slikygirl dapat dikatakan kurang baik.
- d. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah sales di toko silkygirl mempunyai rasa empati kepada setiap konsumen. Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidak setuju sebanyak 36 responden maka dapat disimpulkan bahwa sales di toko silkygirl kurang mempunyai rasa empati kepada setiap konsumen.

- e. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa Apakah sales ditoko Silkygirl memiliki rasa peduli dan mampu memberikan rasa aman dalam berbelanja. Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidak setuju sebanyak 34 responden maka dapat disimpulkan sales ditoko Silkygirl memiliki rasa kurang peduli dan kurang mampu memberikan rasa aman dalam berbelanja.

Tabel 4. Angket Variabel Kepuasan Pelanggan

No Item	STS		TS		RR		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	24	25,5%	43	45,7%	3	3,2%	15	16%	9	9,6%
2.	21	22,3%	36	38,3%	5	5,3%	26	27,7%	6	6,4%
3.	9	9,6%	65	69,1%	9	9,6%	3	3,2%	8	8,5%
4.	18	19,1%	34	36,2%	11	11,7%	22	23,4%	9	9,6%
5.	13	13,8%	46	48,9%	1	1,1%	9	9,6%	25	26,6%
6.	30	31,9%	44	46,8%	1	1,1%	7	7,4%	12	12,8%

Sumber: hasil penelitian (2022)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Apakah pihak toko mampu memberikan harapan dari kualitas barang yang konsumen beli dari toko silkygirl.” Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidak setuju sebanyak 43 responden maka dapat disimpulkan bahwa pihak toko kurang mampu memberikan harapan dari kualitas barang yang konsumen beli dari toko silkygirl.
- b. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Apakah kinerja karyawan Silkygirl sesuai harapan anda dalam berbelanja.” Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidak setuju sebanyak 36 responden maka dapat disimpulkan bahwakinerja karyawan Silkygirl kurang sesuai harapan anda dalam berbelanja.
- c. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Apakah anda berminat untuk kembali berbelanja di Silkygirl.” Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidaksetuju sebanyak 65 responden maka dapat disimpulkan bahwa konsumen kurang berminat untuk kembali berbelanja di Silkygirl.
- d. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Apakah anda menyukai produk yang ada di Silkygirl.” Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidak setuju sebanyak 34 responden maka dapat disimpulkan bahwa konsumen kurang menyukai produk yang ada di Silkygirl.

- e. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Apakah anda merekomendasikan produk Silkygirl ke teman atau keluarga anda.” Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidak setuju sebanyak 46 responden maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak akan merekomendasikan produk Silkygirl ke teman atau keluarga anda.
- f. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Apakah anda akan merekomendasikan produk Silkygirl ke sosial media anda.” Jawaban responden yang lebih dominan menjawab tidaksetuju sebanyak 44 responden maka dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak akan merekomendasikan produk Silkygirl ke sosial media konsumen.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 5. Output SPSS Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,05396398
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,075
	Positive	,071
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: hasil penelitian (2022)

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui bahwa nolai signifikansi Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau pernyataan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,389	1,392		8,902	,000		
	Suasana Toko	,193	,086	,241	2,229	,028	,829	1,207
	Kualitas Layanan	,121	,076	,172	1,597	,114	,829	1,207

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian 2022

Dari tabel uji multokolinearitas diatas dapat dijelaskan bahwa :

- a. Dengan nilai tolerance $> 0,10$ yaitu untuk variabel Suasana Toko dengan nilai $0,829$ yang berarti $0,829 > 0,10$, variabel Kualitas Layanan dengan nilai $0,829$ yang berarti $0,829 > 0,10$ maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Dengan nilai VIF < 10 untuk variabel penelitian Suasana Toko yaitu sebesar $1,207$ yang berarti $1,207 < 10$, untuk variabel Kualitas Layanan dengan nilai VIF sebesar $1,207$ yang berarti $1,207 < 10$, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

3) Uji Hetreokedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,492	,870		4,015	,000
	Suasana Toko	-,082	,054	-,169	-1,509	,135
	Kualitas Layanan	-,042	,047	-,100	-,888	,377

a. Dependent Variable: Abs

Sumber: Hasil Penelitian 2022

Berdasarkan hasil output tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. pada variabel Suasana Toko yaitu 0,135 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05 , kemudian pada pengujian yang kedua variabel Kualitas Layanan yaitu dengan nilai 0,377 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05 Kesimpulannya adalah item pernyataan disetiap variabel tidak terjadi heterokedastisitas dengan melihat uji glejser memenuhi ketentuan > dari 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,389	1,392		8,902	,000
	Suasana Toko	,193	,086	,241	2,229	,028
	Kualitas Layanan	,121	,076	,172	1,597	,114

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian 2022

Berdasarkan nilai-nilai regresi untuk variabel bebas disimpulkan bahwa yang paling besar pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan adalah nilai Variabel Suasana Toko (X1) sebesar 19,3%. Berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa peningkatan terhadap Kepuasan Pelanggan lebih cenderung dipengaruhi oleh Variabel Suasana Toko.

4 Uji Hipotesis

1) Uji Parsial

Dalam uji t menggunakan tingkat signifikan (α)= 5% atau 0,05, kriteria pengambilan keputusan ditentukan sebagai berikut:

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

Tabel 9. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,389	1,392		8,902	,000
	Suasana Toko	,193	,086	,241	2,229	,028
	Kualitas Layanan	,121	,076	,172	1,597	,114

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian 2022

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $94-3=91$. Nilai t_{tabel} untuk $n=91$. adalah 1.986. Dapat dilihat pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai $t_{hitung} 2,229 > t_{tabel} 1.986$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H1 diterima yang berarti secara parsial produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent = $94-3=91$. Nilai t_{tabel} untuk $n=91$. adalah 1.986. Dapat dilihat pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai $t_{hitung} 1,597 < t_{tabel} 1.986$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial Kualitas Layanan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Uji Simultan

Tabel 10. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,463	2	27,232	6,316	,003 ^b
	Residual	392,345	91	4,311		
	Total	446,809	93			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Suasana Toko

Sumber: Hasil Penelitian 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa secara simultan variabel Suasana Toko (X1) dan Kualitas Layanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Silkygirl Di Matahari Department Store Medan yang beralamat di Thamrin Plaza Jl.M.H Thamrin R No 75, Pandau Hulu I, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20214.

5. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,349 ^a	,122	,103	2,076
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Suasana Toko				

Sumber: Hasil Penelitian 2022

Dapat diketahui bahwa R Square sebesar 0,122 yang berarti 12,2% faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di Toko Silkygirl Di Matahari Department Store Medan dapat dijelaskan oleh Suasana Toko dan Kualitas Layanan. Sedangkan sisanya 87,8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu secara parsial produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil yang telah di paparkan penulis diatas maka dapat dijelaskan bahwa Variabel Suasana Toko (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu secara parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial Kualitas Layanan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan

terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil yang telah di paparkan penulis diatas maka dapat dijelaskan bahwa Variabel Kualitas Layanan (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Berdasarkan pemaparan uji F diatas diketahui bahwa secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Silkygirl Di Matahari Department Store Medan yang beralamat di Thamrin Plaza Jl.M.H Thamrin R no 75, Pandau Hulu I, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20214.
4. Berdasarkan pengujian dari validitas atau R_{tabel} dan R_{hitung} dapat dikatakan bahwa variabel suasana toko bernilai valid dengan kriteria $R_{hitung} > R_{tabel}$ begitu juga pada variabel kualitas pelayanan bernilai valid dengan kriteria $R_{hitung} > R_{tabel}$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka selanjutnya peneliti memberikan saran agar kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

Berdasarkan hasil yang diperoleh penulis dengan melakukan penyebaran kuisioner terhadap konsumen yang dijadikan penulis responden penelitian supaya mendukung hasil penelitian yang transparan serta objektif maka perlu adanya penjabaran yang dilakukan penulis diantaranya:

- a) Dari segi Suasana Toko pihak perusahaan diharuskan melakukan evaluasi secara objektif dan selalu melakukan perubahan agar kondisi dari area toko semakin baik.
- b) Sistem pelayanan harus dilakukan dengan baik agar nantinya pelanggan yang datang dapat terlayani dengan baik tanpa menimbulkan masalah yang muncul.
- c) Pihak perusahaan diharapkan harus sesering mungkin melakukan evaluasi terhadap pola ataupun struktur penjualan yang telah dilakukan maka nantinya pihak perusahaan atau perangkat perusahaan mampu memahami serta menerapkan maupun mampu memperbaiki kesalahan yang mungkin saja telah dilakukan.

- d) Pada pemilihan objek diharuskan penulis mampu mendefinisikan serta mampu menyesuaikan terhadap variabel penelitian yang penulis pilih sehingga nantinya tidak terjadi kekeliruan data yang kurang tepat antara variabel penelitian dengan objek penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya Mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah menerima saya menjadi mahasiswa sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan saya sampai selesai. Saya Juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen yang mengajar di Universitas Potensi Utama yang telah bersedia membimbing dan mengajar saya sampai saya menggapai gelar sarjana. Dan Saya Juga berterima kasih kepada staff staff Universitas Potensi Utama yang telah bersedia memberi arahan dan segala informasi yang ada di Universitas Potensi Utama.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, T., dan F. Tantri. 2019. Manajemen Pemasaran. Depok: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Arifin, Samsul. 2011. Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan. Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toserba Kuningan (Survey pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Berman, Barry, Joel R. Evans, Patrali Chatterjee (2018) Retail Management A Strategic Approach, Edisi 13, Global Edition, UK: Pearson.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2019). Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Denny, Supiyatni. (2015). Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran: "Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi Terhadap motivasi Beli Konsumen ore Premium Store".
- Fitriani, Lili Karmela dan Usti, Yessi Mariana. 2018. Pengaruh Store.
- Ghozali, Imam.2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkin dan Lonney dikutip, 2016. Indikator Kepuasan Konsumen, Jakarta: Binarupa Aksara<https://www.journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm/article/viewFile/842/859>.

- Kiroyan, M., Lengkong, V. P., & Karuntu, M. M. (2019). PENGARUH SERVICESCAPE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL SAHID KAWANUA MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7 (4).
- Kotler Dan Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Edisi 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Amstrong. 2017. *Pemasaran Edisi Pertama*. Salemba Empat, Jakarta.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2017. *Pemasaran, Buku 1*, Penerjemah David Octarevia. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2016). *Retailing Management Information Center*. New York: McGraw Hill Higher Education. SSN-E 2656-8322. ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN. KONSUMEN THE AXANA HOTEL PADANG. Dedi Eka Putra, Bakkareng, Rice Haryati. (2019)