

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI TOKO KIDSANANDA MUNTHE
SANGATTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Kutai Timur
Sebagai Prasyarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



Oleh:

Alifya Rantika Ramadhan

NIM: 20.2.21.018

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA
KUTAI TIMUR
2024**



**Yayasan Perguruan Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR
TERAKREDITASI B**

Berdasarkan SK BAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal 13 Juni 2020

Alamat : Soekarno Hatta, Kec. Sangatta Utara Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596662

Website : <http://www.stais.kutim.ac.id> E-mail : admin@staiskutim.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara/I :

Nama : Alifya Rantika Ramadhan

NIM : 20.2.21.018

Jurusan : Syariah

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap

Kepuasan Konsumen di Toko Kidsananda Munthe Sangatta

Dengan ini saya mohon agar naskah skripsi tersebut dapat dimunaqasahkan.

Demikian harap menjadi maklum

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Sangatta,..... 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Imrona Hayati, M. Pd

Siti Munfiatik, M.Pd



Mengetahui,

Ketua Jurusan

Achmad Ahruddin, M.S.I



Yayasan Perguruann Tinggi Agama Islam Sangatta (YPTAIS) Kutai Timur
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM (STAI) SANGATTA KUTAI TIMUR
TERAKREDITASI B

Berdasarkan SK BAN-PT nomor: 349/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/VI/2020 Tanggal
13 Juni 2020

Alamat: Jln. Soekarno Hatta Sangatta Utara, Kutai Timur, 75611 Telp. 0811596662
Website: <https://www.staiskutim.ac.id>, Email: admin@staiskutim.ac.id

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan
Konsumen di Toko Kisdananda Munthe Sangatta

Nama : Alifya Rantika Ramadhan

Nim : 20.2.21.018

Jurusan : Syariah

Prodi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasahkan di depan Tim Penguji Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi
Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sangatta Utara Kutai Timur pada tanggal **15
Juni 2024**, dinyatakan **LULUS** dengan predikat **PUJIAN**, dan dapat diterima sebagai
syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**.

Tim Sidang

1. **H. Zanuar Anwari Lc. M.SI**
Ketua Sidang
2. **Anwar Arifin, M. Pd.**
Sekretaris
3. **Dr. Khusnul Wardan, M.Pd.**
Penguji Utama
4. **Musthato, M. Pd.I.**
Penguji I
5. **Surono, M.S.I**
Penguji II

Tanda Tangan

.....
.....
.....
.....
.....



Juni 2024

Dr. Satriah, M.Pd

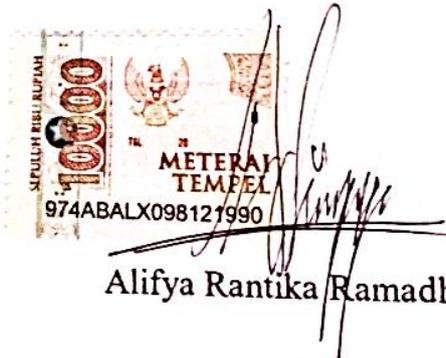
PERNYATAAN

Nama : Alifya Rantika Ramadhan
NIM : 20.2.21.018
Jurusan : Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Potongan Harga Kepuasan
Konsumen Di Toko Kidsananda Munthe Sangatta

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini bukanlah karya dan buah pikir yang sudah (pernah) ditulis / diterbitkan oleh orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan dalam penelitian ini.

Sangatta, 22 Mei 2024

Yang menyatakan,



Alifya Rantika Ramadhan

MOTTO

“Untuk masa-masa sulitmu, biarlah Allah yang menguatkanmu. Tugasmu hanya berusaha agar jarak antara kamu dengan Allah tidak pernah jauh.”

PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah kesehatan, rahmat, dan petunjuk, penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Meskipun belum mencapai kesempurnaan, penulis sangat bersyukur telah mencapai tahap ini, di mana skripsi ini akhirnya bisa diselesaikan tepat waktu.

Karya kecil ini penulis persembahkan untuk Bunda tercinta, yang tiada henti berdoa untuk kebaikan anak terkasihnya.

Untuk Sang pencipta alam semesta, Allah SWT yang telah memberikan penulis kesabaran, kekuatan, dan kecerdasan pikiran yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan penuh dedikasi dan ketelitian.

Untuk teman-teman seangkatan, teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan bantuan, inspirasi, motivasi, dan pengalamannya.

Serta dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan banyak pengetahuan selama pengerjaan skripsi ini.

Kepada semua teman-teman dan keluarga yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu terimakasih untuk waktu berharganya. Kupersembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada pemimpin kita, Nabi Muhammad saw yang membawa ajaran Islam yang kaya akan ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang ke-Islaman, sebagai pedoman hidup kita, baik di dunia maupun di akhirat nanti.

Merupakan kebanggaan yang luar biasa apabila suatu tugas dapat diselesaikan dengan penuh dedikasi. Bagi penulis menyelesaikan skripsi merupakan tantangan yang tidak mudah. Penulis menyadari bahwa ada banyak hambatan yang harus dihadapi dalam proses penyusunan skripsi ini, karena keterbatasan kemampuan penulis sendiri. Namun, pada akhirnya skripsi ini berhasil diselesaikan, hal tersebut tentunya berkat bantuan dari beberapa pihak yang telah mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Untuk itu penulis menyampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Dr Satriah, M.Pd selaku Ketua STAI Sangatta Kutai Timur.
2. Achmad Fahrudin, M.S.I selaku Ketua Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Firdaus, M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur yang berkenan memberikan kesempatan kepada peneliti untuk

menuntut ilmu di Program Studi Ekonomi Syariah

4. Imrona Hayati M.Pd selaku Dosen Pembimbing I dan Siti Munfiatik M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan banyak waktu dan tenaganya untuk membimbing, sehingga dengan kesabaran penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Para Dosen pengajar dan staff karyawan di lingkungan Program Studi Jurusan Syariah STAI Sangatta Kutai Timur.
6. Sang pencipta alam semesta, Allah SWT yang telah memberikan penulis kesabaran, kekuatan, dan kecerdasan pikiran, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibunda Siti Rabiah, pintu surgaku, yang tidak henti-hentinya memberikan doa untuk penulis. Terimakasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan penulis dengan penuh cinta, selalu berjuang untuk kehidupan penulis, kerja keras dan menjadi tulang punggung keluarga hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Semoga Allah SWT memberkahi ibunda dengan kesehatan, kebahagiaan, dan selalu menjaga ibunda dalam kebaikan dan kemudahan aamiin.
8. Seluruh saudara penulis yaitu Eka Audria, Bambang Setiawan, dan Assyifa Qatrunnada yang tidak pernah berhenti mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan penuh semangat.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, calon suami penulis Muhammad Alfi Ramadani, S.Pd. Terimakasih telah berkontribusi banyak

dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada penulis. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini dicari.

10. Reyfan Fadillah Salim keponakan penulis yang rasanya sudah seperti anak penulis sendiri. Terimakasih sudah menjadi salah satu penyemangat untuk penulis.
11. Mba Fitri, Mba Nurmah, dan Mba Inna ketiga teman yang sudah seperti saudari penulis. Terimakasih telah menjadi penyemangat dan bagian besar untuk hidup ini. Terimakasih sudah menjadi saudari terbaik yang selalu menemani penulis dalam suka maupun duka.
12. Teman-teman penulis, teruntuk Aida, Irma, Ami, Ka Michelle, Ka Nia, Lili, dan Azlinda kalian adalah orang-orang yang selalu berada di balik layar, kebersamai dalam perjuangan perkuliahan ini, terimakasih semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan.
13. Untuk Alifya Rantika. Terimakasih karena telah mampu berusaha keras, berjuang sejauh ini dan tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan skripsi ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani.

Kepada semua teman-teman dan keluarga yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih untuk waktu berharganya. Kupersembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkah dan membalas kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR SINGKATAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional	8
C. Perumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	13
A. Deskripsi Teori	13
B. Kajian Penelitian Yang Relevan	33

C. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. Waktu dan Tempat Penelitian	36
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	37
D. Variabel Penelitian dan Indikator	38
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Uji Instrumen Penelitian	43
G. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Deskripsi Data Penelitian	52
B. Pengujian Hipotesis	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
D. Keterbatasan Penelitian	77
BAB V PENUTUP	79
A. Simpulan	79
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
Tabel 1	Data Jumlah Konsumen	6
Tabel 2	Telaah Pustaka	34
Tabel 3	Indikator Penelitian	41
Tabel 4	Skala Likert	43
Tabel 5	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 6	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 7	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 8	Kriteria Jawaban Responden	56
Tabel 9	Persentase Jawaban Kualitas Pelayanan	57
Tabel 10	Persentase Jawaban Potongan Harga	57
Tabel 11	Persentase Jawaban Kepuasan Konsumen	60
Tabel 12	Hasil Uji Validasi Kualitas Pelayanan	61
Tabel 13	Hasil Uji Validasi Potongan Harga	62
Tabel 14	Hasil Uji Validasi Kepuasan Konsumen	62
Tabel 15	Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 16	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	64
Tabel 17	Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 18	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 19	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 20	Hasil Uji t	68
Tabel 21	Hasil Uji f	69
Tabel 22	Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
Tabel 23	Analisis Korelasi dan Regresi	71

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam Skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi Berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. No. 158 Tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Konsonan Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Ā/ā (untuh fathah panjang)
ي	Ī/ī (untuk kasroh panjang)
و	Ū/ū (untuk dommah panjang)
ث	Š/š
ح	Ḥ/ḥ
خ	K/h
د	D/d
ذ	Ẓ/ẓ
ز	Z/z
س	S/s
ش	S/y
ص	Ṣ/ṣ
ض	Ḍ/ḍ
ط	Ṭ/ṭ
ظ	Ẓ/ẓ
ع	‘
غ	Ġ
ه	H/h
ء	’

2. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf/transliterasinya berupa huruf dan tanda, contoh

قَالَ	dibaca qāla
قِيلَ	dibaca qīla
يَقُولُ	dibaca yaqūlu

3. *Ta Marbutah*

Translitasinya menggunakan:

- Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya *h*.
- Contoh: طَلْحَةٌ Ṭalḥah
- Pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *h*.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ dibaca rauḍhah al-athfaal

4. Kata Sandang

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّحِيمُ Dibaca ar-Raḥimu

- Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai bunyinya.

Contoh: الْمَلِكُ dibaca al-Maliku

5. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf*, ditulis terpisah, hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazimnya dirangkaikan dengan kata lain. Karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh: مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا dibaca Manistata'a ilaihi sabila

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Lembar Kuisioner
Lampiran 2	Lembar R Tabel
Lampiran 3	Lembar T Tabel
Lampiran 4	Lembar F Tabel
Lampiran 5	Lembar Dokumentasi
Lampiran 6	Lembar Biodata Penulis
Lampiran 7	Lembar Surat Izin Penelitian
Lampiran 8	Lembar Surat Balasan Izin Penelitian
Lampiran 9	Lembar Nilai Skripsi
Lampiran 10	Lembar Bimbingan Skripsi

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Kepanjangan
SWT.	Subhanahu wa Ta'ala
QS.	al-Qur'an Surah
h.	Halaman
dll	dan Lain-lain
Dr	Doktor
M.Pd	Magister Pendidikan
M.E	Magister Ekonomi
No.	Nomor
KS	Kolmogorov-Smirnov
SPSS	Statistical Program For Socian Science
VIF	Variance Inflating Factor
STS	Sangat Tidak Setuju
TS	Tidak Setuju
N	Netral
S	Setuju
SS	Sangat Setuju

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan kemajuan teknologi dan transformasi dalam dunia bisnis pada era global saat ini. Persaingan di pasar semakin ketat dengan hadirnya banyak produk serupa. Untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan pangsa pasar, perusahaan perlu mengambil berbagai langkah untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Produk yang sukses di pasaran umumnya dikenal luas oleh masyarakat dan memiliki reputasi kualitas yang baik. Oleh karena itu, Perusahaan perlu secara kontinu merancang strategi yang efektif dan cerdas agar dapat tetap relevan dan berdaya saing di dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Tantangan utama dalam bisnis era global adalah mengembangkan dan menjaga kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas.¹

Dalam dunia perdagangan, menyusun strategi bisnis dan pemasaran yang tepat sangatlah penting untuk keberhasilan perusahaan. Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang dirancang oleh perusahaan dengan tujuan untuk mengidentifikasi segmen pasar yang akan mereka sasar, serta langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan tersebut, cara untuk menjangkau dan mempengaruhi pelanggan, serta bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut. Tanpa strategi pemasaran yang baik,

¹ Fandy Tjiptono, *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran Dan Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2019), h. 103.

perusahaan mungkin akan kesulitan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, serta bersaing dengan pesaingnya.²

Pemasaran merupakan salah satu fungsi inti dalam struktur organisasi yang melibatkan sejumlah langkah untuk menghasilkan, menyampaikan, serta memberikan nilai kepada konsumen. Selain itu, pemasaran juga mencakup upaya dalam mengelola interaksi yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan, serta berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan bisnis.

Dalam situasi ini, manajemen pemasaran terjadi ketika ada setidaknya satu pelaku yang terlibat dalam proses pertukaran yang mungkin terjadi, entah sebagai penjual atau pembeli, berupaya untuk merencanakan, menerapkan, dan mengawasi aktivitas-aktivitas pemasaran guna mencapai respons yang diharapkan dari pihak lainnya. Manajemen pemasaran mencakup pengelolaan sejumlah aspek dalam upaya menciptakan manfaat bagi pelanggan dan memperkuat hubungan yang menguntungkan bagi semua peserta yang terlibat.

Proses pertukaran dalam konteks pemasaran dapat melibatkan banyak langkah, dimulai dari mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menciptakan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan tersebut, menetapkan harga yang sesuai, dan melakukan promosi produk atau layanan kepada calon pelanggan, hingga penyediaan pelayanan pelanggan yang baik setelah penjualan. Semua langkah ini memerlukan kerja dan keterampilan yang

² Jerry C.Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 154.

beragam dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan dalam pertukaran tersebut.³

Perusahaan berharap bahwa pelanggan akan kembali membeli produk mereka sebagai upaya untuk menjaga eksistensi perusahaan. Ketika pelanggan membeli produk atau layanan untuk pertama kalinya, mereka sedang mengujinya. Pada tahap ini, mereka akan menilai pengalaman mereka dengan produk atau layanan tersebut.

Kualitas pelayanan juga menjadi elemen krusial dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas merujuk pada keseluruhan ciri dan fitur dari produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan yang diungkapkan atau tersirat. Ini sangat bergantung pada sistem, teknologi, dan tenaga kerja. Karena peran yang signifikan dari tenaga kerja (sebesar 70%), elemen ini menjadi sulit untuk disaingi oleh pesaing.

Kualitas layanan dapat dicapai dengan memberikan pelayanan kepada konsumen sesuai dengan harapan mereka untuk mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Ketidakpuasan dalam satu atau beberapa aspek layanan akan memengaruhi keseluruhan tingkat layanan dan mendorong penyedia layanan untuk meningkatkan kualitasnya dengan lebih baik, efektif, dan efisien. Jika konsumen tidak puas dengan layanan yang diberikan, maka layanan tersebut dianggap tidak efektif dan efisien. Hal ini sangat penting terutama dalam konteks layanan publik. Jika pelanggan merasa puas dengan layanan yang mereka terima, mereka lebih mungkin untuk kembali dan melakukan

³ Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2018), h. 5.

pembelian tambahan, serta memberikan rekomendasi tentang layanan tersebut kepada orang lain, termasuk teman dan keluarga.

Dalam industri ritel, potongan harga adalah faktor krusial yang memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, bagi konsumen yang kurang peka terhadap faktor harga, peran potongan harga tidak begitu penting dalam membentuk kepuasan mereka. Memberikan potongan harga juga tidak dapat menjadi keunggulan bersaing dalam mencapai kepuasan konsumen, karena kebijakan harga tersebut dapat dengan mudah disalin oleh pesaing.

Salah satu metode pemasaran yang diterapkan untuk mendorong konsumen untuk berbelanja adalah dengan menawarkan harga yang terjangkau melalui potongan harga kepada konsumen. Konsep motivasi, menurut definisi Schiffman dan Kanuk, merujuk pada dorongan internal individu untuk melakukan tindakan tertentu. Beberapa studi juga menunjukkan bahwa motivasi utama dalam berbelanja adalah faktor fungsional, seperti memperoleh produk dan mencari nilai ekonomis (harga yang lebih murah).

Pemberian potongan harga kepada konsumen telah terbukti berhasil dalam mendorong konsumen untuk berbelanja di suatu toko. Strategi ini dikenal dengan istilah "toko diskon" dalam praktek pemasaran modern. Dalam berbagai format toko yang ada, toko diskon merupakan salah satu yang berkembang dengan cepat dibandingkan dengan format lainnya.

Kepuasan konsumen adalah aspek yang sangat penting bagi sebuah perusahaan atau bisnis, terutama dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen terjadi

ketika seseorang merasa senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil produk dengan harapan yang dimilikinya. Konsumen yang merasa puas dengan produk cenderung akan melakukan pembelian berulang, yang berarti mereka memilih untuk membeli produk tersebut lebih dari sekali atau bahkan secara berulang-ulang.⁴

Selain kepuasan konsumen, terdapat beberapa faktor tambahan yang memengaruhi apakah konsumen akan membeli produk tersebut lagi, seperti kualitas barang, harga, dan kualitas layanan. Konsumen cenderung akan mempertimbangkan nilai produk yang mereka dapatkan terhadap harga yang mereka bayar. Terkadang, ada sebagian konsumen mau membayar lebih mahal untuk produk atau layanan yang menjadi favorit mereka.

Kualitas produk memiliki dampak besar pada keputusan pembelian konsumen, yang sering menjadi pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan. Konsumen cenderung memilih untuk mengonsumsi produk yang dianggap memiliki kualitas baik, di samping mempertimbangkan faktor-faktor lain yang terkait dengan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong, definisi kualitas produk merujuk pada atribut-atribut suatu produk atau layanan yang menentukan kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan yang terkandung dalam keinginan konsumen.⁵

Memperhatikan juga kualitas layanan yang berkualitas akan memengaruhi keputusan pembelian ulang. Kualitas atau mutu layanan adalah ekspresi dari

⁴ Dwi Aliyyah Apriani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Bandung, 2017), h. 51.

⁵ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 272.

hubungan dan sikap yang timbul dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan apa yang diberikan. Dalam definisi lain, kualitas layanan mencakup upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta tingkat akurasi dalam menyampaikan layanan tersebut agar sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen.⁶

Banyaknya pesaing tidak menghalangi Toko Kidsananda Munthe Sangatta untuk tetap bertahan dan bahkan berkembang pesat hingga saat ini. Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen menjadi salah satu visi utama Toko Kidsananda Munthe Sangatta untuk mempertahankan posisinya di dunia bisnis. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jumlah konsumen Toko Kidsananda Munthe Sangatta selama bulan Juli 2023 sampai Maret 2024 :

Tabel 1.1

Data Jumlah Konsumen Toko Kidsananda Munthe Sangatta

Bulan Juli 2023 - Maret 2024

Bulan	Jumlah Konsumen Toko
Juli 2023	801
Agustus 2023	736
September 2023	664
Oktober 2023	868
November 2023	1.035
Desember 2023	1.107
Januari 2024	670
Februari 2024	612
Maret 2024	968
Jumlah	7.361

⁶ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum Dan Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 29.

Sumber: Data sistem Toko Kidsananda Munthe

Berdasarkan data dalam Tabel 1.1, terlihat bahwa Toko Kidsananda Munthe Sangatta memiliki jumlah konsumen yang signifikan. Namun, jumlah konsumen yang besar tersebut tidak menjamin kesetiaan mereka terhadap toko tersebut. Meskipun banyak konsumen, masih ada kemungkinan beberapa di antaranya merasa tidak puas. Toko Kidsananda Munthe Sangatta menghadapi peluang dan tantangan yang serupa dengan toko-toko Babyshop lainnya. Konsumen cenderung membandingkan pelayanan dan harga di Toko Kidsananda Munthe Sangatta dengan toko-toko lain. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan kembali ke Toko Kidsananda Munthe Sangatta dan menjadi pelanggan setia yang juga akan berbagi pengalaman positif mereka kepada orang lain, yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah konsumen. Namun, jika konsumen merasa tidak puas, mereka mungkin akan mengungkapkan ketidakpuasan mereka kepada pihak toko. Penting bagi toko untuk merespons keluhan atau ketidakpuasan pelanggan dengan tindakan yang tepat, sehingga konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh toko.

Setelah mempertimbangkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya dan mengakui pentingnya kualitas pelayanan dan potongan harga dalam mencapai kepuasan konsumen, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Kidsananda Munthe Sangatta”.

B. Definisi operasional

Dalam penelitian ini terdapat dua kategori variabel utama, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah pengukuran untuk masing-masing variabel yang diusulkan dalam penelitian ini:

1. Kualitas Pelayanan (*X1*)

Pelayanan mengacu pada serangkaian tindakan yang mungkin tidak terstruktur secara khusus, tetapi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau pengguna industri, tanpa terikat pada penjualan produk atau layanan tertentu. Kualitas pelayanan secara ketat terkait dengan persepsi pelanggan terhadap standar mutu dari suatu usaha. Sementara menurut Tjiptono (2008), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai hasil dari harapan konsumen sebelum melakukan pembelian, melibatkan proses penyediaan barang/jasa, dan kualitas hasil akhir yang diterima oleh konsumen.

2. Potongan Harga (*X2*)

Potongan harga, menurut Staton, adalah pengurangan dari harga normal suatu produk selama periode tertentu, dapat berupa pengurangan harga tunai atau pemberian kompensasi seperti barang gratis. Staton mencatat bahwa potongan harga dapat diberikan kepada pelanggan yang melakukan pembelian secara kredit, dengan syarat pembayaran dilakukan lebih cepat dari jangka waktu kredit yang telah ditetapkan. Dari perspektif

penjual, potongan harga dianggap sebagai potongan tunai. Menurut Ismaya, potongan harga didefinisikan sebagai pengurangan dari harga penjualan yang diberikan apabila pembayaran dilakukan lebih awal daripada periode kredit yang ditentukan. Ismaya juga menekankan sudut pandang penjual terhadap potongan harga. Dalam konteks penjualan, potongan harga dapat menciptakan keadilan harga dan memiliki daya tarik tersendiri dalam proses negosiasi produk. Selain itu, peritel sering menggunakan potongan harga untuk merangsang minat pembeli dan meningkatkan perputaran barang di toko mereka.

3. Kepuasan Konsumen (*Y*)

Kepuasan pelanggan secara menyeluruh mencerminkan sikap terhadap penyedia layanan atau respon emosional terhadap perbedaan antara harapan dan kinerja yang diterima. Kepuasan ini dapat dianggap sebagai hasil dari perbandingan antara harapan yang dimiliki oleh pelanggan dan kinerja aktual yang mereka alami. Apabila kinerja tidak mencapai ekspektasi, biasanya pelanggan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau bahkan gembira. Oleh karena itu, kepuasan konsumen dapat dijelaskan sebagai hasil dari bagaimana pelanggan menilai kinerja suatu produk atau layanan dibandingkan dengan harapan mereka.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut rumusan masalah yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- a. Seberapa Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Kidsananda Munthe?
- b. Seberapa Besar pengaruh potongan harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Kidsananda Munthe?
- c. Seberapa Besar pengaruh kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Kidsananda Munthe?

D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Kidsananda Munthe.
- b. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Kidsananda Munthe.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Kidsananda Munthe.

2. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa hasil yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu dan pengetahuan.
- 2) memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari selama ini.
- 3) Pengembangan ilmu yang dilakukan agar dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pemasaran.
- 4) Menjadi bahan pemikiran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penggunaan kualitas pelayanan dan potongan harga.
- 5) Sebagai bahan kajian atau perbandingan bagi peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan lapangan tentang kualitas pelayanan.
- 2) Penulis dan masyarakat umum, Sebagai metode untuk meningkatkan keterampilan analitis serta pemahaman dan masukan mengenai ilmu potongan harga.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi mereka yang berencana untuk melakukan penelitian.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini akan penulis rinci sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan pendahuluan yang menjelaskan Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional, Perumusan Masalah, Tujuan Dan Manfaat Penelitian, Serta Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Berisikan Dasar teori dan pengajuan hipotesis, meliputi teori-teori yang berkaitan dengan kajian penelitian yang relevan dan hipotesis penelitian.

Bab III : METODE PENELITIAN

Berisikan metode penelitian meliputi: Jenis dan pendekatan penelitian, Waktu dan tempat penelitian, Populasi penelitian, Sampel dan teknik sampling, Variabel Penelitian dan Indikator, Teknik Pengumpulan Data, Uji Instrumen Penelitian, Teknik Analisis Data.

Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan meliputi: Deskripsi Data Penelitian, Pengujian Hipotesis, Pembahasan Hasil Penelitian, Keterbatasan penelitian.

Bab V : PENUTUP

Berisikan Penutup meliputi: Kesimpulan dan Saran-Saran.