

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
EMOSIONAL DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN JM GROUP PLAJU SEBERANG ULU II  
KOTA PALEMBANG**



**Di Sususn Oleh :**

**Kadek Nova Tia Hariyanti**

**1923200041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2022**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

---

Program Studi Manajemen  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Gasal Tahun 2022/2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
EMOSIONAL DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
JM GROUP PLAJU SEBERANG ULU II  
KOTA PALEMBANG**

**Kadek Nova Tia Hariyanti**

**1923200041**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) melihat pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen JM Group Plaju Seberang Ulu II Kota Palembang secara parsial (2) melihat pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen JM Group Plaju Seberang Ulu II Kota Palembang secara Simultan. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif pendekatan deskriptif dengan 188 Responden menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Dengan bantuan *software* SPSS 26. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa uji parsial (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Emosional (X3) dan Harga (X4) ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan uji (Uji f) Variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Emosional (X3) dan Harga (X4) ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, Kepuasan Konsumen



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bidang bisnis mulai memasuki dampak yang signifikan, dimana terlihat secara langsung di era modern ini bisnis ritel mulai merambah keseluruhan wilayah di Indonesia salah satunya kota Palembang. Masyarakat kini mulai dimanjakan dengan ritel-ritel modern yang memberikan fasilitas yang memadai mulai dari lahan parkir, kebersihan tempat, produk yang tersusun rapi. Menurut (Chaniago, 2021) bisnis ritel diartikan sebagai kegiatan perekonomian yang menjual kebutuhan harian masyarakat dalam bentuk eceran, dilaksanakan secara tradisional atau modern.

Era moderen saat ini begitu melesat keinginan dan kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, mereka dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan melakukan suatu kegiatan berbelanja disuatu tempat. Perilaku masyarakat dalam memilih lokasi belanja pasti memiliki berbagai macam pertimbangan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, seperti supermarket.

hypermarket, minimarket dan retail lainnya. Semakin bertambahnya perilaku konsumen dan meningkatkan kegiatan ekonomi yang kini berdampak pada perkembangan industri ritel di Indonesia. Pertumbuhan ritel di Indonesia mulai menaik dilaporkan sebesar 8.7 % pada 2022-07. Rekor ini

naik dibanding sebelumnya yaitu 4.1 % untuk 2022-06. Dengan rata-rata 8.5 % dari 2011-01 sampai 2022-07. (sumber: CEIC DATA, n.d.).

Kemajuan di bidang perekonomian selama ini banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, departemen store, supermarket dan lain-lain. Hal ini menimbulkan persaingan di antara perusahaan tersebut. Untuk memenangkan persaingan perusahaan memanfaatkan peluang bisnis untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Berkembangnya ritel modern ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis ini. Sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar.

Menurut (Chaniago, 2021) didalam buku manajemen ritel, ritel adalah usaha bisnis yang menjual barang dalam jumlah kecil untuk konsumen akhir. Kegiatan ritel bisa dilakukan oleh satu orang atau sekelompok orang, baik secara tradisional atau modern. Bisnis ritel dikota Palembang berkembang pesat diikuti oleh para pesaing dibidang yang sama dapat dilihat pada tabel 1.1

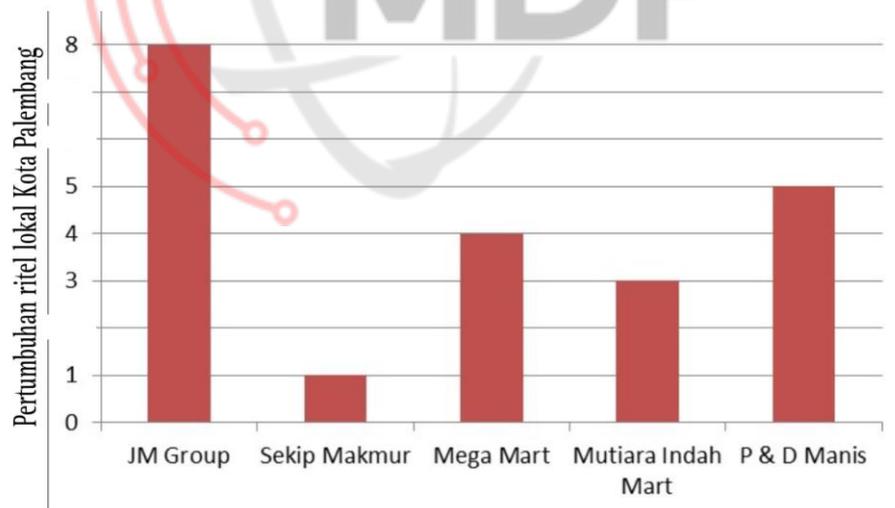
**Tabel 1.1 Perusahaan Ritel di kota Palembang**

<b>Perusahaan Ritel di Kota Palembang</b>	
<b>Nasional</b>	<b>Lokal</b>
Transmart	JM Group
Hypermarket	Sekip Makmur
Superindo	Mega Mart

Indomaret	Mutiara Indah Mart
Alfamart	P&D Manis

*Sumber: Penulis, 2022*

Perusahaan ritel nasional yang ada di kota Palembang seperti Transmart, Hypermarket, Indomaret, Superindo dan Alfamart merupakan peritel yang menjadi pesaing dari perusahaan ritel yang berada di Kota Palembang. Dengan berkembangnya perusahaan ritel nasional yang ada di kota Palembang, sekarang ada perusahaan lokal seperti JM Group, Sekip Makmur, Mega Mart, Mutiara Indah Mart dan P&D Manis yang menjadi pilihan konsumen kota Palembang dan dapat dilihat dari gambar 1.2 sebagai berikut.



Sumber : Peneliti 2022

**Gambar 1.1 Pertumbuhan Ritel Di Kota Palembang**

Dari gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa JM Group mempunyai 8 Cabang, Sekip Makmur mempunyai 1 outlet, Mega Mart mempunyai 4 Outlet, Mutiara

Indah Mart mempunyai 3 outlet dan P&D Manis memiliki 5 outlet. Dapat dilihat bahwa JM Group mendominasi pasar ritel di kota Palembang dikarenakan sebagai bisnis yang sudah cukup lama berdiri dan sudah menjadi ritel terbesar di kota Palembang. Pada tabel 1.2 berikut menampilkan data pengunjung JM Group.

**Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung JM Group Bulan Juli -September**

Cabang	Fasilitas	Jumlah Pengunjung
Pasaraya Bandung	Dept. Store Dan Supermarket	371
JM Sukarame	Dept. Store Dan Supermarket	536
JM Kenten	Dept. Store Dan Supermarket	533
Pasaraya JM	Dept. Store Dan Supermarket	660
Toko Gaya Baru	Dept. Store Dan Supermarket	345
Grand JM	Dept. Store Dan Supermarket	458
JM Plaju	Dept. Store Dan Supermarket	752

Sumber : JM Group, 2022

Pada tabel 1.2 menjelaskan bahwa cabang Pasaraya Bandung memiliki jumlah pengunjung 371, cabang JM Sukarame memiliki jumlah Pengunjung 536, JM Kenten dengan 533, Pasaraya JM memiliki 660, Toko Gaya Baru memiliki pengunjung 345, Grand JM memiliki 458 dan JM Plaju memiliki lebih banyak pengunjung yaitu sebanyak 752.

Faktor pendukung JM Plaju merupakan salah satu pusat perbelanjaan di

seberang Ulu II tepatnya di Plaju, yang memiliki Konsep satu Gedung yang memiliki fasilitas seperti Dept Store dan Supermarket dan memiliki fasilitas gedung yang besar dan ketersediaan produk yang lengkap, mempunyai kualitas barang *branded*, harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan ritel lainnya.

Bedasarkan hasil ulasan JM Group Plaju merupakan ritel terlengkap di plaju yang menyediakan seluruh kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan busana keluarga dengan harga terjangkau dan kualitas barang yang bagus. Menjadikan tempat ini pilihan untuk berbelanja. Tidak hanya itu pelayanan yang ramah, parkir kendaraan yang luas dan lokasi sangat strategis menjadikan JM Plaju sebagai pusat perbelanjaan terbaik di Plaju ( Afri Rahmadi,2018).

Menurut (Indrasari, 2019) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Semakin ketatnya persaingan bisnis ritel, membuat pebisnis ritel harus mampu membuat strategi marketing agar dapat bersaing di dunia bisnis ritel. salah satu faktor agar dapat bersaing adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen JM Group Plaju adalah Kualitas Produk yang selalu terjaga, Kualitas Pelayanan yang terbaik, Emosional, Harga yang diberikan dapat bersaing dengan ritel Lainnya

Menurut (Sukmasari et al., 2020) Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan. Produk dikatakan berkualitas jika produk tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan, kualitas bukan berarti

sekedar produk bebas cacat, tetapi menekankan pada pelayanan kualitas. Konsumen menilai produk dari kualitas produk tersebut. Semakin baik produk yang dijual sebuah perusahaan maka akan memberi pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna produk dalam perusahaan tersebut.

Kualitas produk JM Group Plaju selalu di perhatikan dari segi kelayakan produk dan kebersihan barang sehingga ketika berbelanja konsumen selalu mendapat kualitas produk yang

baik. Namun terkandung terdapat beberapa produk yang sudah lama di display sehingga kemasan produk berdebu. Penelitian (Cahyani, G, 2018) menjelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Rambat Lupiyoadi dalam (Indrasari, 2019) Service quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas pelayanan yang mereka terima. Service quality dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas Pelayanan yang menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Hal ini dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang diberikan JM Group Plaju terhadap konsumen. Jika ada konsumen yang kesulitan mencari produk yang diinginkan maka karyawan JM Group dengan cekatan membantu mencari produk tersebut. Namun masih di temukan beberapa karyawan yang kurang peduli dengan konsumen sehingga konsumen kurang nyaman ketika berbelanja. Menurut

penelitian (Sukmasari et al., 2020) kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut (Kusuma & Suwitho, 2018) emosional ialah membentuk dan menyiapkan mental yang muncul dari penilaian kognitif terhadap suatu kejadian atau pemikiran seorang melalui proses *physiologi* yang ditunjukkan melalui fisik, seperti bentuk wajah dan menimbulkan tindakan secara spesifik atau menguasai nilai emosional yang timbul dari sifat-sifat yang dimiliki orang yang mengalaminya.

JM Group memberikan pelayanan yang terbaik sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Faktor emosional yang meliputi rasa senang, puas, kecewa, dan sedih jika layanan yang diberikan oleh penyedia barang atau jasa tidak sesuai atau sesuai dengan harapan konsumen maka emosional konsumen akan terbentuk positif dengan sendirinya namun bila kinerja rendah maka konsumen akan merasakan kekecewaan. Penelitian (Bahri, 2018) emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Samsul Ramli dalam (Indrasari, 2019, hal.36) disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Menurut Swastha dalam (Indrasari 2019, hal.36) adalah sejumlah uang (ditambah produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Harga barang yang diperjualbelikan oleh JM Group Plaju dapat bersaing dengan ritel lainnya. Dengan berbagai macam produk yang lengkap dan kualitas

produk yang baik dan harga yang dapat memuaskan konsumen. Harga merupakan elemen dalam bauran pemasaran yang cepat berubah dalam hal ini terdapat kendala memperbarui daftar harga di rak produk. Penelitian (Sukmasari et al., 2020) harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Bedasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen JM Group Plaju Seberang Ulu II Kota Palembang.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JM Group Plaju Seberang Ulu II Secara Parsial ?
- b. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JM Group Plaju Seberang Ulu II Secara Simultan ?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian yaitu membahas tentang bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen JM Grup Plaju yang berlokasi di Seberang Ulu II Kota Palembang

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk Melihat Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JM Group Plaju Seberang Ulu II Secara Parsial
2. Untuk Melihat Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JM Group Plaju Seberang Ulu II Secara Simultan

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berikut manfaat dari penelitian, yaitu:

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam rangka penerapan teori-teori yang ada mengenai sejauh mana tingkat kemampuan peneliti dalam meneliti sebuah masalah

2. Manfaat Praktis:

- a. Manfaat bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga
- b. Manfaat bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi pelaku bisnis ritel dalam pengambilan kebijakan khusus berkenaan dengan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Harga

## **1.6 Sistematika**

Sistematis penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang berfungsi untuk memberikan gambaran tersusun mengenai pembahasan masalah dalam setiap bab. Berikut sistematika penelitian yang digunakan dalam penulisan ini, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari berbagai landasan teori yang berisikan pengertian teori mengenai Promosi, Harga, Kualitas Produk dan suasana toko dan perumpamaan hipotesis yang mendukung kajian serta analisis yang peneliti sampaikan

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, jenis data, definisi operasional, serta teknik analisis data.

### **BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penulis akan membahas mengenai pengolahan terhadap data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Di dalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil

penelitian serta pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, R., & Gufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holyshoes. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, 6(3), 5–9.
- Bahri, B. (2018). Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, dan Disain Interior yang Berdampak pada Tingkat Pembelian. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(1), 60. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i1.388>
- Cahyani, G, F. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5, 3.
- CEIC DATA. (n.d.). *Pertumbuhan Penjualan Ritel*. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth>
- Chaniago, H. (2021). *MANAJEMEN RITEL & IMPLEMENTASINYA* (Y. Efawati (ed.); cesetakan). Edukasi Riset Digital PT.
- Efendi, N., & Hapsari Lubis, T. W. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ritel. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(1), 21–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v12i1.863>
- Ghozali, imam. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (Abadi (ed.); 9th ed.). Undio.
- Gunawan, C. (2018). *MAHIR MENGUASAI SPSS (MUDAH MENGELOLAH DATA DENGAN IBM SPSS STATISTIK 25)* (cetakan Pe). Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN&KEPUASAN PELANGGAN*.
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3143>
- Maros, H., & Juniar, S. (2018). *kajian Teori*. 1–23.

- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Setiyawani (ed.); cetakan ke). Alfabeta.
- Sukmasari, A., Dewi, R., & Fikri, M. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel (Studi Kasus Pada Toko Yabak II Mart Kesugihan). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–15.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and behavioral intentions: Evidence from convenience stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 517–526. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.517>

