



**PENGARUH SUASANA TOKO DAN KELENGKAPAN PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN PEMALANG  
PERMAI KABUPATEN PEMALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan dalam rangka penyelesaian Studi Strata I  
untuk mencapai Gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

Arda Aqkluna Solechatun

NPM 18220040

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL DAN  
KEOLAHRAGAAN  
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**

**2022**

## LEMBAR PENYELESAIAN BIMBINGAN

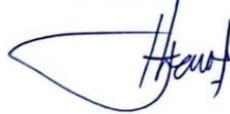
Kami selaku pembimbing skripsi I dan II dari mahasiswa Universitas PGRI  
Semarang

Nama : Arda Aqkluna Solechatun  
Npm : 18220040  
Fakultas/Progdi : FPIPSKR/Pendidikan Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Suasana Toko dan  
Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada  
Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah selesai dan siap untuk  
diujikan.

Semarang, 7 November 2022

Pembimbing I



Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si  
NIP. 197811192005012002

Pembimbing II



Inayah Adi Sari, S.E., M.Si, Ak, C.A  
NPP. 207801555

Mengetahui  
Dekan FPIPSKR



Agus Sutono, S.Fil.,M.Phil.  
NPP. 107801284

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "PENGARUH SUASANA TOKO DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN PEMALANG PERMAI KABUPATEN PEMALANG"

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi FPIPSKR Universitas PGRI Semarang :

Pada hari : Senin

Tanggal : 21 November 2022

### Panitia Ujian

Ketua,

Sekretaris,



Dr. Agus Sutono, S.Fil.,M.Phil

Novika Wahyuhastuti, S.E.,M.Si

NPP. 107801284



NIP. 197811192005012002

### Penguji

### Tanda Tangan

1. Novika Wahyuhastuti, S.E.,M.Si  
NIP. 197811192005012002



(.....)

2. Inayah Adi Sari, S.E, M.Si, Ak, C.A  
NPP. 207801555



(.....)

3. David Firna Setiawan, S.Pd., M.Pd  
NPP. 158701498



(.....)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Pengetahuan lebih baik daripada kekayaan. Pengetahuan akan melindungimu,  
sedangkan kekayaan harus kamu lindungi”

(Utsman bin Affan)

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada  
Almamater Universitas PGRI Semarang

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arda Aqkluna Solechatun

NPM : 18220040

Prodi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Semarang, 7 November 2022

Yang membuat pernyataan



Arda Aqkluna Solechatun

NPM. 18220040

## ABSTRAK

Arda Aqkluna Solechatun "Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang" Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan Universitas PGRI Semarang, 2022.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh hasil observasi di Swalayan Pemalang Permai yang menyatakan bahwa suasana toko yang kurang menarik, produk yang kurang lengkap dan kurang bervariasi serta penataan produk kurang rapi yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan metode kuesioner atau angket. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Swalayan Pemalang Permai, sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu konsumen yang sudah berpengalaman berbelanja di Swalayan Pemalang Permai lebih dari 2 kali. Data diolah dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan suasana toko terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Pemalang Permai, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Pemalang Permai, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan suasana toko dan kelengkapan produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Pemalang Permai. Simpulan dalam penelitian ini bahwa suasana toko dan kelengkapan produk berpengaruh sebesar 68,5% terhadap kepuasan konsumen di Swalayan Pemalang Permai, sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang diteliti.

**Kata Kunci: Suasana Toko, Kelengkapan Produk dan Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*Arda Aqkluna Solechatun "The Influence of Store Atmosphere and Product Completeness on Consumer Satisfaction at Pemalang Permai Supermarkets, Pemalang Regency" Economic Education Study Program Faculty of Social Sciences and Sports Education, PGRI University Semarang, 2022.*

*This research was motivated by the results of observations at Pemalang Permai Supermarkets which stated that the store atmosphere was less attractive, the products were incomplete and less varied and the product arrangement was not neat which could affect consumer satisfaction at Pemalang Permai Supermarkets.*

*The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere and product completeness partially or simultaneously on consumer satisfaction at Pemalang Permai supermarket. This type of research is quantitative research. The technique used in data collection is a questionnaire or questionnaire method. The population in this study were Pemalang Permai supermarket consumers, while the sample in this study was 96 respondents with purposive sampling technique, namely the sampling technique based on certain criteria, namely consumers who have experience shopping at Pemalang Permai supermarkets more than 2 times. The data is processed using SPSS.*

*The results showed that: (1) there was a positive and significant effect of store atmosphere on consumer satisfaction at Pemalang Permai supermarket, (2) there was a positive and significant effect of product completeness on consumer satisfaction at Pemalang Permai supermarket, (3) there was a positive and significant effect of atmosphere store and product completeness together towards customer satisfaction at Pemalang Permai Supermarket. The conclusion in this study is that the store atmosphere and product completeness have an effect of 68.5% on consumer satisfaction at Pemalang Permai supermarket, while the remaining 31.5% is influenced by other variables studied.*

**Keywords:** *Store Atmosphere, Product Completeness and Consumer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Pemalang Permai”.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun material baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini sehingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Rektor Universitas PGRI Semarang, Dr. Sri Suciati, M.Hum., yang telah memberi kesempatan kepada penulis menuntut ilmu di Universitas PGRI Semarang.
2. Dekan FPIPSKR Universitas PGRI Semarang, Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil yang telah memberi izin penelitian skripsi.
3. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang, Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si yang telah memberi izin penelitian skripsi.
4. Dosen Pembimbing I, Novika Wahyuhastuti, S.E., M.Si yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan motivasi secara profesional hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing II, Inayah Adi Sari, S.E, M.Si, Ak, C.A yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang berarti hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dewan Penguji yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempertanggungjawabkan hasil penulisan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang yang telah memberi pengetahuan yang banyak selama studi.
8. Ibu Nur sebagai penanggung jawab serta HRD Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang yang telah memberikan izin penelitian.

9. Kepada Orang Tua penulis yang tercinta Ibu Siti Khotimatun dan Bapak Agus Mukson Chasani serta adek-adekku Ulima Adelia Rosidah dan Aisha Rahma Nabilah yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanan baik dari segi moral maupun material kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Alfiyan Rifkie Primoko yang selalu menemani dan memberikan dukungan serta bantuan terkait pengerjaan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Sahabat saya Erisa Septiana, Ines Rosdiyana, Delimas Isabel, Dona Julita, Mega Resiana, Larasaji Narindri Arumda, Dina Kartika dan Ayu Nurcahyaning Utami dan semua teman saya yang selalu menemani, memberikan dukungan serta bantuan terkait pengerjaan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Teman-teman angkatan 2018 Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang yang selama ini memberikan warna di masa-masa menjadi mahasiswa.
13. Terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Akhir kata penulis berharap dan berdoa semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca skripsi ini.

Semarang, 7 November 2022

Penulis



Arda Aqkluna Solechatun

NPM. 18220040

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENYELESAIAN BIMBINGAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
B. Landasan Teori .....	14
C. Kerangka Berfikir .....	23
D. Hipotesis Penelitian .....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Desain Penelitian .....	27
B. Populasi dan Sampel.....	27
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	30
E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	34

F. Teknik Analisis Data .....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	44
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data .....	48
C. Pembahasan .....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN .....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban Angket .....	32
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Suasana Toko (X1) .....	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kelengkapan Produk (X2) .....	35
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	37
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pola Belanja.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov .....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas Suasana Toko .....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas Kelengkapan Produk .....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas .....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Gletser).....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ ).....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Swalayan Pemalang Permai Periode Januari- Desember 2021.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	25
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot .....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Pengajuan Judul Skripsi .....	73
Lampiran 2. Lembar Persetujuan Proposal Skripsi.....	74
Lampiran 3. Lembar Surat Izin Penelitian .....	75
Lampiran 4. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing I.....	76
Lampiran 5. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing II.....	77
Lampiran 6. Lembar Kuesioner Uji Coba.....	78
Lampiran 7. Tabulasi Data Uji Coba Variabel Suasana Toko (X1) .....	84
Lampiran 8. Tabulasi Data Uji Coba Variabel Kelengkapan Produk (X2) .....	86
Lampiran 9. Tabulasi Data Uji Coba Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	88
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Suasana Toko (X1) .....	90
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Kelengkapan Produk (X2) .....	91
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) .....	92
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas .....	93
Lampiran 14. Lembar Kuesioner .....	94
Lampiran 15. Tabulasi Data Variabel Suasana Toko (X1) .....	100
Lampiran 16. Tabulasi Data Variabel Kelengkapan Produk (X2).....	104
Lampiran 17. Tabulasi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	108
Lampiran 18. Hasil Uji Normalitas .....	112
Lampiran 19. Hasil Uji Linieritas .....	113
Lampiran 20. Hasil Uji Multikolonieritas.....	114
Lampiran 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	114
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	115
Lampiran 23. Hasil Uji t.....	115
Lampiran 24. Hasil Uji F .....	116
Lampiran 25. Hasil Koefisien Determinasi.....	116
Lampiran 26. Dokumentasi Penelitian.....	117

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini perkembangan bisnis semakin pesat. Di mana setiap pengusaha dituntut untuk memiliki ide kreatif dan inovatif agar dapat bertahan dan bersaing melawan kompetitornya. Salah satu bentuk perusahaan tersebut adalah swalayan. Swalayan merupakan salah satu bentuk bisnis yang menjual berbagai macam produk kepada konsumen untuk keperluan pribadi atau konsumsi bersama, (Nanda Oktaviana dan R Sugeng Basuki, 2018).

Toko merupakan tempat jual beli barang dan bertemunya penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai toko tradisional, toko modern atau pusat perbelanjaan, pertokoan ataupun pusat perdagangan. Swalayan termasuk ke dalam toko modern yang menjual berbagai macam keperluan konsumen mulai dari bahan makanan, perabotan rumah tangga, alat tulis serta obat-obatan. Pelayanannya dilakukan secara mandiri oleh pembeli. Toko modern merupakan toko yang dikelola secara pribadi untuk melakukan suatu kegiatan perdagangan barang yang berbentuk pusat perbelanjaan sebagaimana tercantum dalam Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Serta Pengendalian Pasar Modern, (Nomor 6 tahun 2010).

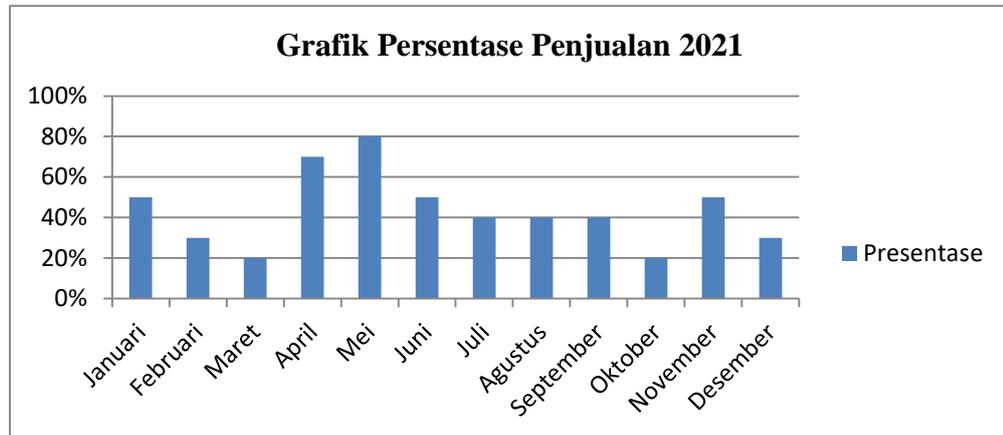
Swalayan Pemalang Permai merupakan pusat perbelanjaan pertama yang didirikan sejak tahun 1987 yang terletak di Jalan Jendral Sudirman Kec. Pemalang, Kab. Pemalang, tepatnya berada di sebelah Timur Alun-Alun Kota Pemalang. Swalayan Pemalang Permai memiliki lokasi yang sangat strategis berada di pusat keramaian dan memiliki ruang parkir yang cukup luas untuk mempermudah konsumen melakukan pembelian produk.

Swalayan Pemalang Permai menjadi salah satu incaran para konsumen untuk melakukan pembelian produk sebelum adanya tempat perbelanjaan seperti Toserba Basa dan Toserba Yogya. Produk yang ditawarkan oleh Swalayan Pemalang Permai sebelumnya lengkap dan swalayan memiliki konsumen tetap karena harga yang diberikan sangat terjangkau. Tidak hanya untuk konsumsi pribadi tetapi banyak para konsumen yang membeli produk secara grosir untuk dijual kembali.

Swalayan juga bersaing dengan pesaing seperti toserba atau *supermarket* yang lain dalam memberikan harga yang relatif lebih rendah serta tempat belanja yang nyaman. Persaingan bisnis harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk. Strategi pemasaran merupakan suatu logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk mencapai tujuan pemasarannya. Kotler dan Armstrong dalam Abdurrahman (2015:16) salah satu caranya dengan menciptakan suasana toko yang baik agar konsumen merasa nyaman. Jika konsumen merasa nyaman akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang dan menjadikan sebuah keuntungan bagi perusahaan karena suasana toko menjadi faktor yang sangat penting bagi konsumen di dalam memilih tempat untuk berbelanja.

Menurut Utami & Kamilia (2017) *store atmosphere* merupakan gabungan dari beberapa macam bangunan toko seperti arsitektur, posisi barang, penerangan, tata letak produk, warna tembok, suhu ruangan, adanya musik, dan aroma yang akan menciptakan citra dalam pikiran konsumen saat berkunjung. Semakin banyaknya pesaing seperti Toserba Basa, dan Toserba Yogya membuat Swalayan Pemalang Permai menjadi sepi pengunjung dikarenakan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan salah satunya seperti suasana toko yang kurang menarik.

**Gambar 1.1**  
**Data Penjualan Swalayan Pemalang Permai Periode**  
**Januari – Desember 2021**



*Sumber : Data Swalayan Pemalang Permai 2021*

Gambar 1.1. Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa data penjualan Swalayan Pemalang Permai pada tahun 2021 mengalami fluktuasi dengan jumlah penjualan tertinggi pada bulan Mei 2021 sebesar 80% dan penjualan terendah pada bulan Oktober 2021 sebesar 20%.

Penurunan penjualan di swalayan tersebut pada bulan Mei hingga Oktober 2021 diduga dipengaruhi oleh suasana toko seperti pemberian warna dinding toko yang kurang terang, tata letak produk yang kurang sesuai dengan jenis barangnya, tata letak produk kurang rapi, suhu ruangan terlalu panas dan pada kelengkapan produk seperti produk yang tersedia tidak lengkap, merk tidak bervariasi dan hal ini selaras dengan penelitian terdahulu oleh Sitta Nurhajjah, dkk (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen pada Business Centre SMKN 1 Lemahabang Cirebon” dengan hasil bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan penanganan toko serta memodifikasi pengaturan suhu dan tata letak barang menjadi lebih variatif untuk memikat pelanggan agar merasa puas dan melakukan kunjungan kembali serta dapat mensukseskan bisnisnya. Oleh karena itu

peneliti mengambil kesimpulan bahwa terdapat masalah dalam menurunnya presentase penjualan di Swalayan Pemasang Permai yang didasari oleh grafik presentase dan penelitian terdahulu.

Menurut Suharto (2017) suasana toko yang diciptakan oleh toko dapat mempengaruhi emosi pembeli untuk melakukan keputusan pembelian. Dalam hal kebersihan, pengaturan suhu udara, wangi-wangian dan aroma toko menjadi salah satu daya tarik bagi pengunjung untuk melakukan pembelian ulang. Suasana toko pada Swalayan Pemasang Permai kurang menarik konsumen dalam pencahayaan dan pemberian warna dinding pada toko, jarak rak barang yang terlalu berdekatan hanya cukup dilewati oleh satu konsumen dengan satu troli tanpa bertemu dengan konsumen yang lain secara berlawanan, alunan musik yang jarang diputar, temperature suhu ruangan terlalu panas dan kurang nyaman untuk belanja berlama-lama. Penciptaan suasana toko yang menyenangkan akan membuat konsumen merasa nyaman ketika berada di dalam toko dan menunjukkan adanya suasana toko yang berkelas sehingga tidak kalah bersaing dengan pusat perbelanjaan seperti Toserba Basa dan Toserba Yogya.

Menurut Sitta Nurhajjah dkk (2021) menjelaskan bahwa penggunaan warna yang kreatif dapat meningkatkan kesan ritel dan membantu menciptakan suasana hati konsumen. Perusahaan dapat memutar musik yang sesuai agar dapat memberikan kesan yang hangat dan dapat menarik perhatian dan suasana hati konsumen untuk berbelanja lebih lama. Apabila sebuah perusahaan berhasil menciptakan suasana toko yang baik dan dapat mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja maka konsumen juga akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang mereka rasakan. Semakin baik suasana toko maka akan semakin tertarik juga konsumen yang akan mengunjungi toko dengan melakukan pembelian produk. Hal ini dapat dilihat berdasarkan gambar dan lampiran yang dijelaskan oleh penulis.

Berdasarkan Lampiran 26 pada gambar 1, 2 dan 4 menjelaskan bahwa suasana toko Swalayan Pemalang Permai terkait dengan warna dinding ruang yang sudah kusam dan kurang menarik konsumen dalam berkunjung ke toko, dan pada gambar 2 menjelaskan bahwa terdapat alat speaker dimana alat tersebut berfungsi sebagai pemutar musik yang jarang diputar di Swalayan Pemalang Permai.

Pada gambar 4 dan gambar 7 menjelaskan bahwa tata letak produk di Swalayan Pemalang Permai kurang rapi dan masih terdapat produk pada display yang berantakan. Sehingga diharapkan Swalayan Pemalang Permai dapat memperhatikan faktor suasana toko dengan baik agar konsumen yang ingin melakukan pembelian merasa tertarik dengan suasana toko yang baik sehingga dapat menarik perhatian dan suasana hati konsumen untuk berbelanja lebih lama. Penerapan suasana toko yang baik akan membuat konsumen merasa lebih nyaman dan dapat menambah penilaian positif pada toko tersebut.

Selain menciptakan suasana toko yang baik, perusahaan harus bisa mencari dan menguasai strategi agar dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian serta mendapatkan pendapatan yang besar dan salah satunya dengan menawarkan kelengkapan produk dalam usahanya. Kelengkapan produk merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan ritel dalam memberikan suatu kepuasan bagi konsumen. Jika produk yang ditawarkan dalam perusahaan tidak lengkap maka konsumen akan merasa kecewa dan akan lebih memilih untuk melakukan pembelian produk pada toko lain, (Lubis ,2015)

Konsumen lebih cenderung memilih berbelanja di toko yang memiliki produk yang lengkap karena seringkali konsumen dalam membeli suatu barang tidak sesuai dengan kebutuhan apa yang akan mereka beli dan tidak menutup kemungkinan adanya *impulse buying*, karena dengan banyaknya produk yang ditawarkan dapat menarik minat beli konsumen untuk berbelanja, (Loredah Paulina Nainggolani, 2016)

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, peneliti mendapatkan informasi dari pengunjung Swalayan Pemalang Permai bahwa kelengkapan produk di Swalayan Pemalang Permai kurang lengkap. Seperti pada Lampiran 26 gambar 6 sampai gambar 8 menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan oleh Swalayan Pemalang Permai kurang lengkap dan kurang bervariasi, selain itu penataan produk pada Swalayan Pemalang Permai tepatnya pada rak barang masih kurang rapi serta label harga yang tertera masih banyak yang tidak sesuai penempatannya dengan nama produknya. Sehingga kurang menarik daya beli masyarakat dan membuat konsumen sulit untuk mendapatkan barang yang mereka cari.

Perusahaan harus memperhatikan penataan produk dengan baik agar produk yang ditawarkan sudah tertata rapi serta lebih teliti dalam hal pemberian label harga agar letak label harga tepat dibawah nama produknya. Tidak hanya memperhatikan penataan produk tetapi perusahaan harus memperbanyak *stock* produk dengan berbagai macam merk dan variasi agar dapat meningkatkan kepuasan bagi para konsumen yang akan melakukan pembelian produk. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Pencahayaan dan warna pada dalam toko yang kurang menarik.
2. Alunan musik yang jarang diputar kurang menciptakan kenyamanan konsumen.
3. Produk yang ditawarkan kurang lengkap.
4. Merk produk kurang bervariasi.
5. Penataan produk kurang rapi.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemalang Permai?
2. Apakah terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemalang Permai?
3. Apakah terdapat pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemalang Permai?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemalang Permai.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemalang Permai.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemalang Permai.

### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengetahuan dan pengembangan tentang suasana toko, kelengkapan produk dan kepuasan konsumen.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Pengetahuan  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang pentingnya suasana toko dan kelengkapan produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen. Selain itu juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam pembuatan penelitian atau kegiatan yang lain.

c. Bagi tempat Penelitian

Dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan Swalayan Pemalang Permai dalam hal suasana toko dan kelengkapan produk sebagai upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

**F. Sistematika Penulisan Skripsi**

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI

HALAMAN PENYELESAIAN BIMBINGAN

HALAMAN PENGESAHAN

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Identifikasi Masalah

C. Rumusan Masalah

D. Tujuan Penelitian

E. Manfaat Penelitian

F. Sistematika Penulisan Skripsi

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

- A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu
- B. Landasan Teori
- C. Hipotesis Penelitian

## BAB III METODE PENELITIAN

- A. Desain Penelitian
- B. Populasi dan Sampel
- C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel
- D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data
- E. Validitas dan Reabilitas Instrumen
- F. Teknik Analisis Data

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Umum Objek Penelitian
- B. Hasil Penelitian dan Analisis Data
- C. Pembahasan

## BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti dalam memperoleh landasan teori ilmiah, di antaranya adalah sebagai berikut:

Angelika dan Yenny Lego (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chattime Di Mall Ciputra Jakarta Barat”. Hasil penelitian ini yaitu bahwa ada kualitas produk dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan suasana toko tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk minuman Chattime di Mall Ciputra Jakarta Barat. Relevansi dalam penelitian ini mengenai variabel suasana toko sebagai variabel independen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian responden di Chattime Mall Ciputra Jakarta Barat, sedangkan peneliti melakukan penelitian di Swalayan Pemasang Permai.

Sitta Nurhajjah, dkk (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Business Centre* SMKN 1 Lemahabang Cirebon”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas toko dan suasana toko terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya peningkatan pelayanan seperti perkataan jujur dan perilaku ramah dalam rangka memperbaiki kualitas pelayanan toko serta memodifikasi pengaturan suhu dan tata letak barang menjadi lebih variatif untuk memikat pelanggan agar merasa puas dan melakukan kunjungan lagi sehingga dapat mendukung kesuksesan bisnis itu. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh siswa dan guru SMKN 1 Lemahabang dengan jumlah 1.000 responden. Relevansi dalam penelitian ini mengenai variabel suasana toko sebagai variabel independen sedangkan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian SMKN 1 Lemahabang Cirebon, sedangkan peneliti meneliti lokasi pada Swalayan Pemalang Permai.

Oriza Silva Wijaya, dkk (2021) yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko/Kedai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil penelitian dan uji hipotesis secara parsial variabel suasana toko dan kualitas pelayanan menjelaskan bahwa secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Resto Ayam Penyet Cabe Hijau. Relevansi pada penelitian ini terdapat variabel independen yaitu sama-sama menggunakan variabel suasana toko. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian berada di Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan, sedangkan peneliti meneliti pada lokasi Swalayan Pemalang Permai.

Rizqi Ayu Safitri dan Sulistiyo Rini (2021) yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jolly Bakery, Wonogiri)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Pada variabel suasana toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Relevansi pada penelitian ini terdapat pada variabel independen yaitu sama-sama menggunakan variabel suasana toko dan variabel dependen sama-sama menggunakan variabel kepuasan konsumen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian berada di Jolly Bakery Wonogiri, sedangkan peneliti meneliti pada lokasi Swalayan Pemalang Permai.

Febby Febriani dan Dadan Ahmad Fadili (2021) yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Cafe Patroli Kopi Karawang)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan besaran pengaruh

parsial kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Patroli Kopi memiliki pengaruh lebih besar sedangkan *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Patroli Kopi memiliki pengaruh yang lebih kecil. Relevansi pada penelitian ini terdapat pada variabel independen yaitu sama-sama menggunakan variabel suasana toko dan variabel dependen sama-sama menggunakan variabel kepuasan pelanggan/konsumen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian berada di Cafe Patroli Kopi, sedangkan peneliti meneliti pada lokasi Swalayan Pemasang Permai.

Nur Fauziah (2020) yang berjudul “Pengaruh Lokasi Usaha, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Basa Toserba Pemasang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi usaha tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen muslim, sedangkan variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Relevansi pada penelitian ini terdapat pada variabel independen yaitu sama-sama menggunakan variabel kelengkapan produk dan variabel dependen sama-sama menggunakan variabel kepuasan konsumen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian berada di Toko Basa Toserba Pemasang, sedangkan peneliti meneliti pada lokasi Swalayan Pemasang Permai.

Sulistiyo Anjarwan (2018) yang berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Relevansi pada penelitian ini terdapat pada variabel independen yaitu sama-sama menggunakan variabel kelengkapan produk dan variabel dependen sama-sama menggunakan variabel kepuasan konsumen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian ini berada di Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta, sedangkan peneliti meneliti pada lokasi Swalayan Pemasang Permai.

Novita Sari dan Selfi Setyowati (2017) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Di PB Swalayan Metro”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Sedangkan keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa semakin banyak keragaman produk yang dijual dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Relevansi dalam penelitian ini meneliti mengenai variabel keragaman produk sebagai variabel independen dan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian di PB Swalayan Metro sedangkan lokasi peneliti berada di Swalayan Pemasang Permai.

Titik Efnita (2017) yang berjudul “Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Weddyng Organizer*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel lokasi terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel variasi produk terhadap kepuasan konsumen, terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan terdapat pengaruh negatif harga terhadap kepuasan konsumen. Relevansi dalam penelitian ini terdapat pada variabel independen yaitu sama-sama meneliti variabel kelengkapan produk dan pada variabel dependen sama-sama meneliti variabel kepuasan konsumen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian di CV Modelman Padang, sedangkan lokasi peneliti berada di Swalayan Pemasang Permai.

Sri Wilujeng (2015) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern Indomart Kecamatan Sukun Kota Malang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi keragaman kualitas produk dan variabel persepsi tampilan produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indomaret di Kecamatan Sukun Kota Malang. Variabel persepsi keragaman

harga produk dan keragaman jenis produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indomaret di Kecamatan Sukun. Relevansi pada penelitian ini meneliti mengenai variabel keragaman produk sebagai variabel independen sedangkan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Perbedaan pada penelitian ini terletak pada lokasi penelitian di Toko Modern Indomaret Kecamatan Sukun Kota Malang sedangkan lokasi peneliti berada di Swalayan Pemasang Permai.

## **B. Landasan Teori**

Landasan teori berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk membahas hasil penelitian dari penulis.

### **1. Manajemen Pemasaran**

#### **a. Pengertian Pemasaran**

Menurut Kotler & Keller (2009) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Begitu dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Adisaputro (2010:4) pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Dengan demikian, *marketing* bagi perusahaan adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Definisi resmi dari AMA (*American Marketing Association*) pemasaran adalah fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara-cara yang menguntungkan bagi organisasi dan semua pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Menurut Kotler & Armstrong dalam Kadrie & Bambang (2018) pemasaran adalah suatu proses dimana perusahaan menciptakan

nilai bagi pelanggan, serta dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan menangkap nilai dari perusahaan.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran merupakan proses menciptakan, mengkomunikasikan dan menawarkan produk dan jasa untuk membangun suatu hubungan dengan pelanggan agar dapat menciptakan nilai dari suatu perusahaan.

#### **b. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Menurut Kotler & Keller (2009) manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran untuk meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Manajemen pemasaran menurut Buchari Alma (2014:20) manajemen pemasaran adalah merencanakan, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dipasarkan. Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen pemasaran merupakan ilmu yang merencanakan dan mengembangkan kegiatan strategi pemasaran mengenai target pasar untuk menciptakan nilai positif kepada pelanggan.

#### **c. Konsep Pemasaran**

Menurut Kotler & Keller (2009) konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai suatu tujuan organisasi dengan menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih.

Menurut Tjiptono (2019) mengatakan bahwa konsep pemasaran berorientasi pada pelanggan (lingkungan eksternal) dengan anggapan bahwa konsumen hanya akan bersedia membeli

produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta memberikan kepuasan.

Menurut Kotler & Amstrong (2012) pemasaran bersandar pada konsep inti, yaitu:

1) Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia dan harus ada sehingga dapat menggerakkan manusia sebagai dasar dalam berusaha. Keinginan adalah hasrat untuk memperoleh pemuas kebutuhan yang spesifik akan kebutuhan. Dengan adanya kebutuhan dan keinginan, maka akan timbul permintaan.

2) Penawaran, Produk, Pelayanan, dan Pengalaman

Penawaran pasar adalah kombinasi dari produk, pelayanan, informasi, atau pengalaman yang ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan.

3) Nilai Pelanggan dan Kepuasan

Nilai pelanggan mencerminkan manfaat dan biaya berwujud dan tak berwujud bagi konsumen. Kepuasan adalah penilaian seseorang dari kinerja yang dirasakan dari produk dalam hubungan dengan harapannya.

4) Pertukaran dan Hubungan

Pertukaran merupakan tindakan untuk memperoleh sebuah objek yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan. Pemasaran terdiri dari tindakan yang diambil untuk membangun dan memelihara hubungan melalui transaksi dengan target pembeli, pemasok, dan penyalur yang melibatkan produk, pelayanan, ide, atau benda lainnya

5) Pasar

Pasar merupakan kumpulan semua pembeli sebenarnya dan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan akan produk atau jasa tertentu yang sama, yang bersedia dan mampu

melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.

## **2. Suasana Toko**

### **a. Pengertian Toko**

Menurut Maretha (2011) *store* atau toko merupakan sebuah tempat yang umumnya tertutup dan di dalamnya terjadi perdagangan benda yang spesifik seperti buku, makanan, minuman dan sebagainya. Dalam hal bangunan toko biasanya lebih mewah dibandingkan dengan warung. Di dalam toko jenis barang barang yang dijual pun lebih modern. Proses transaksi didalam toko juga lebih modern.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar Tradisional dan Penataan Serta Pengendalian Pasar Modern, (Nomor 6 tahun 2010) toko adalah tempat jual beli barang dan bertemunya penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai toko tradisional, toko modern, pusat perbelanjaan, pertokoan, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Menurut Hendri Ma'ruf (2005) toko adalah format gerai tradisional yang bentuk dan penataan interiornya lebih baik daripada warung yang menjual produk-produk baik kebutuhan sehari-hari maupun produk tahan lama seperti alat elektronik. Dalam fungsi ekonomi istilah toko hampir sama dengan kedai.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa toko merupakan tempat menjual barang dan jasa dengan bertemunya penjual dan pembeli melalui proses transaksi lebih modern.

### **b. Pengertian Suasana Toko**

Menurut Purnama (2011:62) mengatakan bahwa suasana toko merupakan salah satu bagian dari bauran ritel yang memiliki arti sangat penting dalam menjalankan bisnis ritel. Dengan adanya suasana toko yang baik akan menarik pengunjung dalam melakukan

pembelian. Suasana toko adalah karakteristik fisik yang sangat penting untuk setiap bisnis ritel hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama di dalam toko dan secara tidak langsung menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Gadis Punky Suharto (2017) suasana toko merupakan suasana yang diciptakan oleh toko sehingga dapat mempengaruhi emosi pembeli yang menyebabkan pembelian. Sehingga banyak perusahaan yang mendesain suasana toko dengan baik untuk menarik konsumen dan membuat konsumen merasa puas saat berbelanja.

Menurut Utami & Kamilia (2017) mengatakan bahwa *store atmosphere* merupakan gabungan dari beberapa jenis bangunan toko seperti arsitektur, posisi barang, penerangan, pencahayaan tampilan produk, suhu ruangan warna dinding, musik, serta aroma yang akan menciptakan citra positif pada konsumen saat berkunjung. Tujuan suasana toko yang diatur dengan baik oleh pihak ritel bertujuan untuk dapat mengkomunikasikan informasi terkait dengan layanan toko seperti harga dan ketersediaan barang dagangan yang bersifat kekinian. Komunikasi visual yang terdiri dari grafik, papan tanda, efek panggung, baik di dalam toko maupun di jendela akan membantu meningkatkan penjualan dengan memberikan informasi tentang produk dan menyarankan pembelian. Komunikasi visual yang dimaksud seperti papan nama toko, warna, unsur informatif didalamnya, kecerahan, dan logo yang berbeda dari yang lain.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa suasana toko merupakan suatu kondisi fisik dari toko seperti pencahayaan, kebersihan, suhu udara, tata letak produk serta aroma yang dapat menciptakan citra positif pada konsumen untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk.

### **c. Indikator Suasana Toko**

Menurut Ni Made Indri Pratiwi dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2019), Indikator suasana toko sebagai berikut:

- 1) Kebersihan
- 2) Tata Letak
- 3) Musik
- 4) Pencahayaan
- 5) Suhu

## **3. Kelengkapan Produk**

### **a. Pengertian Kelengkapan Produk**

Menurut Kotler (2009:42) kelengkapan produk adalah ketersediaan semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi konsumen yang dihasilkan oleh produsen. Produk di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau dapat memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (tangible features), tetapi juga aspek non fisik (intangible features) seperti citra dan layanan yang dapat di lihat.

Menurut Kotler dan Keller dalam buku Manajemen Pemasaran Jilid 1 (2016), banyak orang berfikir bahwa sebuah produk merupakan tawaran yang nyata, tetapi sebuah produk sebenarnya bisa lebih dari itu. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kelengkapan produk merupakan ketersediaan berbagai macam produk, variasi dan merek yang tersedia pada toko tersebut.

### **b. Indikator Kelengkapan Produk**

Menurut Raharjani (2005) dalam Nadia Ika Purnama, dkk (2021), Indikator dari kelengkapan produk yaitu:

- 1) Keragaman produk yang dijual

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli

2) Variasi produk yang dijual

Variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang dijual

3) Ketersediaan produk yang dijual

Pendistribusian produk dengan baik agar konsumen dapat memperoleh produk dengan mudah

4) Macam merek yang tersedia

Banyaknya jenis merek yang tersedia di toko

Pada dasarnya produk yang di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (*tangible features*), tetapi juga aspek non fisik (*intangibile features*) seperti citra dan jasa yang dapat di lihat.

**c. Faktor-Faktor Kelengkapan Produk**

Menurut Utami (2014:86) Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh suatu toko atau department store dalam melengkapi produk yang dijualnya yaitu :

- 1) *Variety*, mengenai kelengkapan produk yang di jual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko.
- 2) *Width or Breath*, tersedianya produk-produk pelengkap dari produk utama yang ditawarkan. Contohnya pada toko roti selain menyediakan roti juga menyediakan berbagai macam minuman.
- 3) *Depth*, merupakan macam dan jenis karakteristik dari suatu produk.
- 4) *Consistency*, produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaannya dengan cara

menjaga kelengkapan, kualitas dan harga dari produk yang dijual.

- 5) *Balance*, berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam.

#### 4. Kepuasan Konsumen

##### a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2016:54) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah respon emosional konsumen atas pengalaman konsumsi pembelian suatu produk atau jasa. Suatu perasaan positif konsumen ketika mendapatkan produk yang didapatkan atau yang digunakan sesuai dengan yang diinginkan merupakan suatu kepuasan konsumen, Bachtiar (2011)

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:39) *Customer Satisfaction the extent to which a product's or services perceived performance matches a buyer's expectations. If the product's or services performance falls short of expectations, the customers is dissatisfied. If performance matches expectations, the customer is satisfied. If performance exceeds expectation, the customers is highly satisfied or delighted.*

Artinya kepuasan merupakan tingkat sejauh mana kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Jika kinerja produk atau jasa lebih kecil dari harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen merasa sangat puas atau sangat senang.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu respon konsumen mengenai perasaan senang atau kecewa terhadap produk atau jasa yang telah dibeli dengan membandingkan harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima.

## **b. Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Irawan (2008) dalam Bayu Yudi Oktavian dan Euis Soliha, Indikator kepuasan konsumen yaitu :

- 1) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
- 2) Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
- 3) Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
- 4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

## **c. Faktor Penentu Kepuasan Konsumen**

Menurut Novita Sari, dkk (2017) Faktor penentu kepuasan konsumen yaitu :

- 1) Sistem Keluhan dan Saran  
Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain.
- 2) *Ghost Shopping*  
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai

pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing.

### 3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa pelanggan tersebut kabur.

### 4) Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei kepada pelanggan oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik.

## C. Kerangka Berfikir

### a. Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen

Suasana toko merupakan suatu kondisi fisik dari toko seperti pencahayaan, kebersihan, suhu udara, tata letak produk serta aroma yang dapat menciptakan citra positif pada konsumen untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk. Seperti yang dijelaskan oleh Ni Made Indri Pratiwi dan Nyi Nyoman Kerti Yasa (2019) bahwa suasana toko dipengaruhi oleh beberapa indikator seperti (1) Kebersihan, (2) Tata letak, (3) Musik, (4) Pencahayaan, (5) Suhu. Sehingga dengan indikator tersebut dapat menarik citra konsumen dalam berkunjung sehingga dapat melakukan pembelian produk dan merasa puas saat berbelanja.

Penelitian yang dilakukan oleh Sitta Nurhajjah, dkk (2021) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen. Febby Febriani dan Dadan Ahmad Fadili (2021)

dalam penelitiannya menunjukkan bahwa suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan teori dan penelitian terdahulu, memungkinkan suasana toko dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Oleh sebab itu dengan menciptakan suasana toko yang baik maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berkunjung dan berbelanja. Sehingga dengan indikator tersebut memungkinkan konsumen dalam berbelanja merasa puas

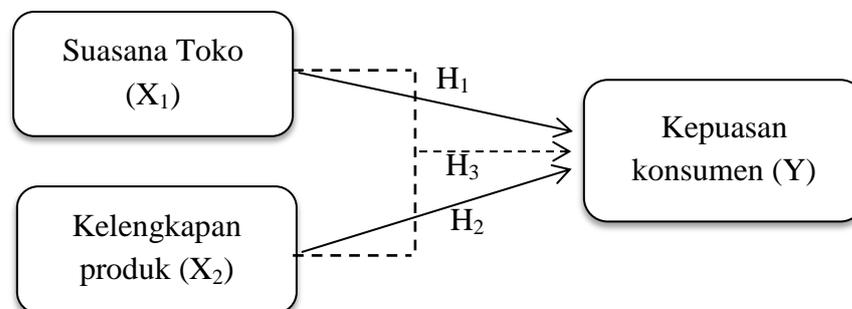
**b. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

Kelengkapan produk merupakan ketersediaan berbagai macam produk, variasi dan merek yang tersedia pada toko tersebut untuk ditawarkan dan dimiliki oleh konsumen. Seperti yang dijelaskan oleh Raharjani (2005:8) dalam Nadia Ika Purnama, dkk (2021) bahwa ada beberapa indikator dari kelengkapan produk yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu (1) keragaman produk yang dijual, (2) variasi produk yang dijual, (3) ketersediaan produk yang dijual, (4) macam merek yang tersedia.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Fauziah (2020) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan variabel kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Sulistiyo Anjarwan (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan teori dan penelitian terdahulu, memungkinkan kelengkapan produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin lengkap produk yang ditawarkan maka dapat meningkatkan kepuasan bagi para konsumen yang akan melakukan pembelian produk. Berdasarkan penjabaran diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



Keterangan:

X<sub>1</sub> : Suasana Toko

X<sub>2</sub> : Kelengkapan Produk

Y : Kepuasan Konsumen

→ : Berpengaruh secara parsial

--> : Berpengaruh secara simultan

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2019). Dinyatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

Ha<sub>1</sub> : Ada pengaruh yang signifikan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemasang Permai

H<sub>0</sub><sub>1</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemasang Permai

Ha<sub>2</sub> : Ada pengaruh yang signifikan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

H0<sub>2</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

Ha<sub>3</sub> : Ada pengaruh yang signifikan suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

H0<sub>3</sub> : Tidak ada pengaruh yang signifikan suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk melakukan penelitian. Menurut Sugiyono (2015:74) desain penelitian berfungsi sebagai panduan kepada peneliti tentang bagaimana suatu penelitian akan dilakukan untuk dapat menjawab suatu pertanyaan hipotesis yang dibuat. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dimana hasil penelitian ini berupa data-data angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel suasana toko ( $X_1$ ) dan kelengkapan produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Menurut Sugiyono (2012:110) penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner dengan teknik pengumpulan informasi melalui *google form*. Lokasi pada penelitian ini di Swalayan Pernalang Permai.

#### **B. Populasi dan Sampel**

Dalam metode pengumpulan data ada beberapa hal yang akan dibahas yaitu populasi dan sampel

##### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2019) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan dilakukan penelitian untuk menarik kesimpulan. Dengan kata lain populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti.

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah konsumen Swalayan Pemalang Permai Kota Pemalang yang jumlahnya tidak diketahui oleh peneliti. Jenis populasi yang digunakan oleh peneliti adalah populasi tak terhingga, yaitu sumber datanya tidak dapat ditentukan batasan-batasannya sehingga relatif tidak dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah (Riduwan,2015).

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu konsumen yang sudah berpengalaman berbelanja di Swalayan Pemalang Permai lebih dari 2 kali, (Erni Setyani, dkk 2018). Dengan alasan bahwa konsumen yang berbelanja lebih dari 2x lebih mengetahui suasana toko dan kelengkapan produk pada Swalayan Pemalang Permai karena lebih sering berbelanja di Swalayan Pemalang Permai dibanding dengan konsumen yang berbelanja lebih dari 1 kali.

Selain itu didasari oleh beberapa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan dan pola berbelanja. Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan maka dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dalam Arianto & Muhammad (2018) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada keyakinan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diketahui bahwa :

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2) \times (0,5)(1 - 0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Menurut hasil perhitungan diatas, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden.

### C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi Operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menuju kesempurnaan (Sugiyono, 2016).

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Suasana Toko (X <sub>1</sub> )	Suasana toko merupakan gabungan dari beberapa jenis bangunan toko seperti arsitektur, posisi barang, penerangan, pencahayaan, tampilan produk, suhu ruangan, warna dinding, musik, serta aroma yang akan menciptakan citra positif pada konsumen saat berkunjung.	Menurut Ni Made Indri Pratiwi dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2019) 1. Kebersihan 2. Tata Letak 3. Musik 4. Pencahayaan 5. Suhu

2.	Kelengkapan produk ( $X_2$ )	Kelengkapan produk adalah ketersediaan semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi konsumen yang dihasilkan oleh produsen.	Menurut Raharjani (2005) dalam Nadia Ika Purnama, dkk (2021) 1. Keragaman produk yang dijual 2. Variasi produk yang dijual 3. Ketersediaan produk yang dijual 4. Macam merk yang tersedia
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan respon emosional konsumen atas pengalaman konsumsi pembelian suatu produk atau jasa.	Menurut Irawan (2008) dalam Bayu Yudi Oktavian dan Euis Soliha (2022) 1. Perasaan puas 2. Selalu membeli produk 3. Akan merekomendasikan kepada orang lain 4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

#### D. Teknik dan Instrumen Penelitian

Sumber data merupakan data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian, yang berfungsi sebagai penunjang hasil penelitian. Teknik dan instrumen pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

## 1) Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Teknik pengumpulan data pada observasi digunakan apabila penelitian berkenan mengamati dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2019). Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data awal.

### b. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk catatan, transkrip, agenda, file, gambar, buku dan lain-lain (Sugiyono, 2017). Teknik dokumentasi dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai teknik pengumpul data pelengkap. Dengan teknik dokumentasi, peneliti dapat memperoleh data penjualan (omset) dan gambaran umum tentang Swalayan Pemalang Permai.

### c. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2019) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode angket atau kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemalang Permai. Angket dalam penelitian ini berupa sejumlah pertanyaan tertulis yang disediakan dengan alternative jawaban. Bentuk kuesioner yang digunakan adalah bentuk kuesioner tertutup (*close from questioner*) yang sudah tersedia jawabannya kemudian subjek tinggal memilih jawaban yang tersedia.

Penelitian ini menggunakan penilaian skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019) skala *likert* merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap atau perilaku, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial. Dalam skala *likert*, terdapat 5 skala/pilihan alternative jawaban. sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Skor Alternatif jawaban Angket**

<b>Alternatif</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2019)*

d. Instrumen Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan informasi yang valid maka diperlukan suatu teknik pengumpulan data yang tepat. Menurut Sugiyono (2015: 102) “Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengukur suatu fenomena alam maupun sosial yang akan diamati.” Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian. Indikator tersebut berisi butir-butir pernyataan yang akan diberi jawaban oleh responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Butir Soal	Sumber
1	Suasana Toko (X <sub>1</sub> )	Kebersihan	1,2,3,4	Ni Made Indri Pratiwi dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2019)
		Tata letak	5,6,7,8	
		Musik	9,10,11,12	
		Pencahayaan	13,14,15	
		Suhu	16,17,18	
2	Kelengkapan Produk (X <sub>2</sub> )	Keragaman produk yang dijual	19,20,21	Raharjani (2005) dalam Nadia Ika Purnama, dkk (2021)
		Variasi produk yang dijual	22,23,24	
		Ketersediaan produk yang dijual	25,26,27	
		Macam merek yang tersedia	28,29,30	
3	Kepuasan Konsumen (Y)	Perasaan puas	31,32,33	Irawan (2008) dalam Bayu Yudi Oktavian dan Euis Soliha (2022)
		Selalu membeli produk	34,35,36	
		Merekomendasikan kepada orang lain	37,38,39	
		Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk	40,41,42	

## E. Validitas dan Reliabilitas

### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan instrumen masing-masing variabel. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur data yang diinginkan dan mengungkapkan data secara tepat (Sugiyono, 2012: 168).

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengujian validitas dengan bantuan program SPSS 22. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui valid atau tidak valid dari indikator variabel suasana toko ( $X_1$ ), kelengkapan produk ( $X_2$ ), dan kepuasan konsumen (Y). Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan bahwa item kuisisioner tersebut valid.
- b. Apabila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan bahwa item kuisisioner tersebut tidak valid.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan uji coba alat ukur kepada konsumen yang pernah berbelanja lebih dari 2x di Swalayan Pernalang Permai. Peneliti membagikan kuisisioner sebanyak 42 butir pernyataan kepada 30 responden, tetapi tidak termasuk sebagai sampel penelitian. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya angket kuisisioner dari variabel. Berikut ini adalah hasil dari pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti:

**Tabel 3.4**

**Hasil Uji Validitas Suasana Toko ( $X_1$ )**

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
	1	0,581	0,361	Valid
	2	0,462	0,361	Valid

Suasana Toko (X <sub>1</sub> )	3	0,428	0,361	Valid
	4	0,561	0,361	Valid
	5	0,429	0,361	Valid
	6	0,639	0,361	Valid
	7	0,740	0,361	Valid
	8	0,537	0,361	Valid
	9	0,781	0,361	Valid
	10	0,739	0,361	Valid
	11	0,634	0,361	Valid
	12	0,628	0,361	Valid
	13	0,772	0,361	Valid
	14	0,808	0,361	Valid
	15	0,720	0,361	Valid
	16	0,480	0,361	Valid
	17	0,570	0,361	Valid
	18	0,590	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, (2022)

Berdasarkan data SPSS diatas, dapat disimpulkan bahwa pada variabel suasana toko (X<sub>1</sub>) diketahui bahwa dari 18 butir pernyataan dikatakan valid semua, karena  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (0,361). Oleh karena itu, 18 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**Tabel 3.5**

**Hasil Uji Validitas Kelengkapan Produk (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
	1	0,800	0,361	Valid
	2	0,491	0,361	Valid
	3	0,305	0,361	Tidak Valid
	4	0,739	0,361	Valid

Kelengkapan Produk (X <sub>2</sub> )	5	0,694	0,361	Valid
	6	0,736	0,361	Valid
	7	0,735	0,361	Valid
	8	0,885	0,361	Valid
	9	0,842	0,361	Valid
	10	0,710	0,361	Valid
	11	0,762	0,361	Valid
	12	0,884	0,361	Valid

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan data *SPSS* diatas, dapat disimpulkan bahwa pada variabel kelengkapan produk (X<sub>2</sub>) diketahui bahwa dari 12 butir pernyataan, terdapat 11 butir pernyataan yang valid dan 1 pernyataan yang tidak valid. Nomor 1,2,4,5,6,7,8,9,10,11 dan 12 dinyatakan valid karena  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (0,361). Sedangkan nomor 3 dinyatakan tidak valid karena  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  (0,361). Oleh karena itu , pernyataan yang tidak valid akan dihilangkan dan butir soal yang valid dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,784	0,361	Valid
	2	0,666	0,361	Valid
	3	0,772	0,361	Valid
	4	0,720	0,361	Valid
	5	0,681	0,361	Valid
	6	0,775	0,361	Valid
	7	0,710	0,361	Valid
	8	0,739	0,361	Valid
	9	0,799	0,361	Valid
	10	0,831	0,361	Valid
	11	0,474	0,361	Valid
	12	0,727	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, (2022)

Berdasarkan data SPSS diatas, dapat disimpulkan bahwa pada variabel kepuasan konsumen (Y) diketahui bahwa dari 12 butir pernyataan dinyatakan valid semua karena  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (0,361). Jadi, dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator dari pernyataan menunjukkan hasilnya signifikan dan dapat dikatakan valid.

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha (Arikunto, 2013) yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum ob^2}{ot^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrument

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = Varian total

Setelah  $r_{hitung}$  diketahui, kemudian nilai  $r_{hitung}$  dikonsultasikan dengan tabel interpretasi  $r_{tabel}$  dengan ketentuan dikatakan reliabel jika  $r_{hitung} \geq 0,70$ . Instrumen dikatakan reliabel jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  dan sebaliknya, jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka instrument dikatakan tidak reliabel.

**Tabel 3.7**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Standart <i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Suasana Toko (X1)	0,70	0,903	Reliabel
Kelengkapan Produk (X2)	0,70	0,918	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,70	0,916	Reliabel

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel *Cronbach's Alpha* untuk variabel suasana toko (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai sebesar 0,903, pada variabel kelengkapan produk (X<sub>2</sub>) sebesar 0,918, dan pada variabel kepuasan konsumen (Y) diperoleh nilai sebesar 0,916. Karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 Maka, dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas terpenuhi.

## F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019) analisis data adalah suatu kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Dalam penelitian ini data yang telah terkumpul dapat dianalisis menggunakan 3 tahap yaitu:

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi.

#### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusikan secara normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi SPSS pada tabel *Kolmogrov-Smirnov* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Nilai Signifikan atau Signifikansi atau nilai probabilitas  $<0,05$  distribusi data tidak normal
- 2) Nilai Signifikan atau Signifikansi atau nilai probabilitas  $>0,05$  distribusi data normal

#### b. Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2018:167) uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{RKreg}{RKres}$$

Keterangan:

F = Koefisien determinasi

Rkreg = Rerata kuadrat garis regresi

$R_{kres}$  = Rerata kuadrat residu

Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan linear
- 2) Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka dapat dinyatakan tidak linear

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui apakah ada multikolinearitas atau tidak dapat digunakan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* melalui program SPSS. Berikut adalah dasar acuannya:

- 1) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat dinyatakan bahwa ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kriteria pengujian pada penelitian uji heteroskedastisitas menggunakan Grafik Plot sebagai berikut:

- 1) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

$Y'$  = Variabel dependen (kepuasan konsumen)

$a$  = Bilangan konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi variabel bebas  $X_1$

$\beta_2$  = Koefisien regresi variabel bebas  $X_2$

$X_1$  = Variabel independen (suasana toko)

$X_2$  = Variabel independen (kelengkapan produk)

## 3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data yang sudah terkumpul. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi ditentukan dengan  $\alpha = 5\%$ . Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama/ simultan terhadap variabel dependen menggunakan uji anova. Sedangkan untuk pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial atau individu diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

### a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menenrangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara

parsial antara variabel suasana toko ( $X_1$ ) dan kelengkapan produk ( $X_2$ ) dengan variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ). Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_{a1}$ : Ada pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

$H_{01}$ : Tidak ada pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

$H_{a2}$ : Ada pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

$H_{02}$ : Tidak ada pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

Cara melakukan uji statistik t adalah Quick Look bila jumlah Degree Of Freedom (df) adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka  $H_0$  menyatakan  $\beta = 0$  dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka Hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) ditolak. Hipotesis diterima yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka Hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima. Hipotesis ditolak yang berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98) menjelaskan bahwa signifikan model regresi secara simultan di uji dengan melihat nilai signifikansi dimana jika nilai sig. dibawah 0,05, maka variabel independen

berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Hipotesis yang digunakan adalah:

$H_{a3}$ : Ada pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

$H_{03}$ : Tidak ada pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai

Kriteria untuk penolakan dan penerimaan hipotesis adalah:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka Hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima atau nilai sig.  $< 0,05$
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka Hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) ditolak atau nilai sig.  $> 0,05$

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari perhitungan hasil regresi linear berganda menunjukkan seberapa variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel variabel bebasnya. Nilai bertujuan untuk mengetahui presentasi besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Nilai koefisien determinasi adalah 0 sampai dengan 1 ( $0 < \text{adjusted } R^2 < 1$ ), Semakin mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Rumus uji koefisiensi determinasi sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Umum Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh konsumen Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang. Objek Penelitian yang digunakan adalah konsumen yang sudah berpengalaman berbelanja di Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang lebih dari 2 kali. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan metode *purposive sampling*.

##### **1. Gambaran umum Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang**

Swalayan adalah salah satu pusat perbelanjaan pertama yang didirikan sejak tahun 1987 yang terletak di Jalan Jendral Sudirman Kec. Pemalang, Kab. Pemalang, tepatnya berada di sebelah Timur Alun-Alun Kota Pemalang. Swalayan Pemalang Permai memiliki tempat parkir yang cukup luas untuk mempermudah konsumen melakukan pembelian produk.

Swalayan Pemalang Permai memiliki fasilitas yang cukup memadai yang dilengkapi dengan ruangan pendingin seperti kipas angin blower dan AC standing, terdapat speaker yang berfungsi untuk mengeluarkan audio ataupun musik agar konsumen yang berbelanja merasa lebih nyaman. Serta terdapat pula alat kasir untuk memudahkan karyawan dalam melakukan transaksi.

##### **2. Deskripsi Umum Objek Penelitian**

Responden dalam penelitian ini adalah 96 konsumen yang sudah pernah berbelanja di Swalayan Pemalang Permai lebih dari 2x yang terdiri dari berbagai macam jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan dan pola belanja. Proses penyebaran kuesioner secara offline (Angket) dan online (Kuesioner) melalui *Google form* dengan media sosial seperti Instagram dan grub WhatsApp pada masyarakat Pemalang.

a. Jenis Kelamin

Karakteristik konsumen dapat dilihat dari jenis kelamin yang didapat peneliti dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	24	25%
Perempuan	72	75%
Total	96	100%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden yang berbelanja di Swalayan Pemalang Permai Kabupaten Pemalang. Dapat dilihat dari presentase jenis kelamin disimpulkan bahwa konsumen berjenis kelamin perempuan lebih suka berbelanja dibandingkan laki-laki. Dengan alasan dapat menghilangkan stres setelah seharian melakukan aktivitas.

b. Usia

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
<17 tahun	0	0%
17 – 27 tahun	51	53,1%
28 – 38 tahun	18	18,8%
>38 tahun	27	28,1%
Total	96	100%

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan usia yang sudah pernah berbelanja di Swalayan Pemalang Permai selama lebih dari 2x sebagian besar berusia 17-27 tahun sebanyak 51 orang dari 96 responden atau sebesar 53,1%. Dengan alasan di kalangan remaja cenderung memiliki perilaku *compulsive buying* yang dapat membuat mereka

merasa lebih nyaman dengan berbelanja atau membeli sesuatu yang dapat meningkatkan identitas diri mereka.

c. Pekerjaan

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	22	22,9%
Pegawai Negeri Sipil	16	16,7%
Pegawai Swasta	7	7,3%
Wiraswasta	29	30,2%
Lainnya	22	22,9%
Total	96	100%

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan pekerjaan dapat diketahui dari 96 responden yang beragam, sebagian besar adalah konsumen dengan pekerjaan wiraswasta sebesar 29 orang dengan presentase 30,2%. Dengan demikian mayoritas konsumen yang berbelanja di Swalayan Pemalang Permai didominasi oleh pekerjaan wiraswasta sebanyak 29 orang.

d. Penghasilan

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
<Rp 4.000.000	58	60,4%
Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000	28	29,2%
Rp 6.000.000 – Rp 8.000.000	4	4,2%
>Rp 8.000.000	6	6,3%
Total	96	100%

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan penghasilan responden yang

berbelanja di Swalayan Pemalang Permai dapat diketahui dari 96 responden yang beragam, mayoritas yang berbelanja di Swalayan Pemalang Permai memiliki penghasilan sebesar <Rp 4.000.000. Dengan alasan konsumen dengan penghasilan <Rp 4.000.000 lebih hemat ketika berbelanja di Swalayan Pemalang Permai menjual secara grosir dan ecer dan harga yang ditawarkan lebih murah.

e. Pola Belanja

**Tabel 4.5**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pola Belanja**

Pola Belanja	Frekuensi	Presentase
1 Minggu sekali	6	6,3%
2 Minggu sekali	9	9,4%
3 Minggu sekali	24	25%
1 Bulan sekali	57	59.4%
Total	96	100%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diperoleh gambaran mengenai jumlah responden berdasarkan pola belanja konsumen yang berbelanja di Swalayan Pemalang Permai dapat diketahui dari 96 responden yang beragam, mayoritas responden yang lebih sering berbelanja di Swalayan Pemalang Permai dengan pola berbelanja 1 bulan sekali.

## B. Hasil Penelitian dan Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk mengetahui model regresi variabel dependen dan variabel independen dengan memiliki kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data menggunakan uji statistik Kolmogrov-Smirnov (K-S) dengan bantuan SPSS 22.

**Tabel 4.6**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		96
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	3,05342173
b		
Most	Absolute	,042
Extreme	Positive	,038
Differences	Negative	-,042
Test Statistic		,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

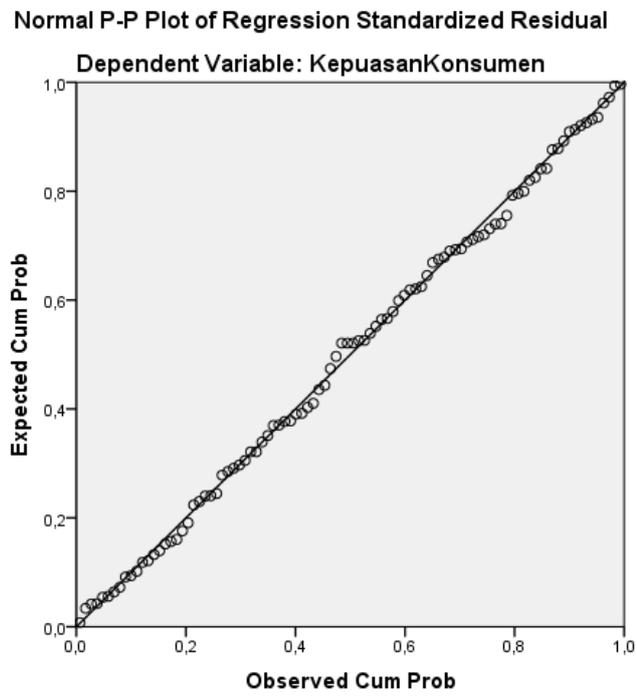
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah, (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.6, diperoleh nilai Asymp.Sig untuk hasil *Kolmogrov Smirnov Test* sebesar 0,200 berarti data dari penelitian ini berdistribusi normal, karena nilai residual lebih dari 0,05 atau  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

Uji normalitas juga dapat dilihat dari grafik Normal P-Plot sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Uji Normalitas**



Pada gambar 4.1 grafik P-Plot, dapat dilihat bahwa datanya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal, maka variabel dependen Y memenuhi asumsi normal.

b. Uji Linieritas

Menurut Ghozali (2018:167) uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Hasil dikatakan linier, jika nilai signifikan dari *Deviation from linearity*  $> 0,05$ .

**Tabel 4.7**  
**Uji Linieritas Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Suasana Toko	Between	(Combined)	2167,293	28	77,403	6,478	,000
	Groups	Linearity	1812,026	1	1812,026	151,641	,000
		Deviation from Linearity	355,266	27	13,158	1,101	,365
	Within Groups		800,613	67	11,949		
Total			2967,906	95			

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.7, uji linieritas untuk suasana toko terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai Sig. sebesar 0,365. Karena nilai Sig.  $> \alpha$  (0,05). Maka hubungan antara variabel suasana toko ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) dinyatakan linier.

**Tabel 4.8**  
**Uji Linieritas Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kelengkapan Produk	Between	(Combined)	1932,875	18	107,382	7,989	,000
	Groups	Linearity	1605,755	1	1605,755	119,458	,000
		Deviation from Linearity	327,119	17	19,242	1,432	,145
	Within Groups		1035,032	77	13,442		
Total			2967,906	95			

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.7, uji linieritas untuk kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen diperoleh

nilai Sig. sebesar 0,145. Karena nilai Sig.  $> \alpha$  (0,05). Maka hubungan antara variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) dinyatakan linier.

c. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui apakah ada multikolonieritas atau tidak dapat digunakan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* melalui program SPSS. Berikut adalah dasar acuannya:

1. Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.
2. Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat dinyatakan bahwa ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Multikolonieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,081	3,286		-,938	,351		
Suasana Toko	,422	,065	,523	6,532	,000	,528	1,893
Kelengkapan Produk	,438	,093	,376	4,704	,000	,528	1,893

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer diolah, (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.9, uji multikolonieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk variabel

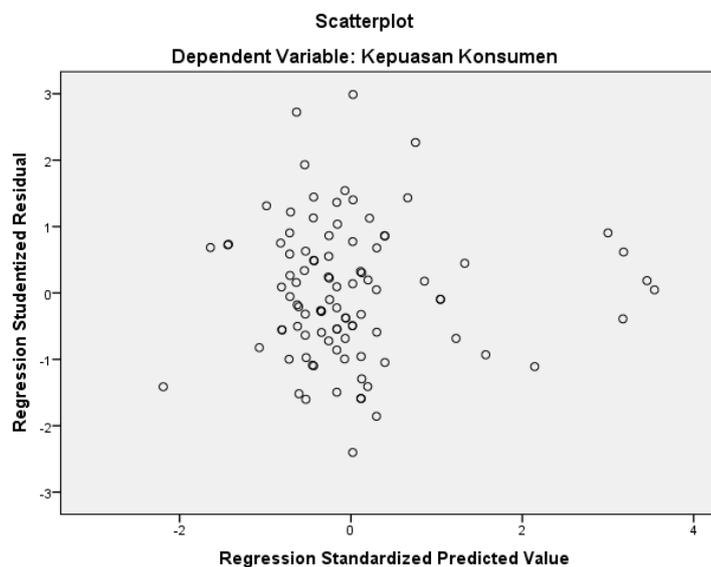
suasana toko ( $X_1$ ) sebesar  $0,528 > 0,10$ , variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) sebesar  $0,528 > 0,10$ . Sedangkan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel suasana toko ( $X_1$ ) sebesar  $1,893 < 10$ , dan variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) sebesar  $1,893 < 10$ . Karena nilai *tolerance* untuk semua variabel lebih besar dari  $0,10$  dan nilai VIF untuk semua variabel bebas lebih kecil dari  $10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala multikolonieritas. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu suasana toko dan kelengkapan produk tidak saling berkorelasi (Uji asumsi multikolonieritas terpenuhi).

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kriteria pengujian pada penelitian uji heteroskedastisitas menggunakan Grafik Plot sebagai berikut:

1. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka  $0$  pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 4.2, hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot, dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak, diatas maupun dibawah angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas, dapat diartikan bahwa data tidak bersifat homogen, sehingga model regresi dikatakan layak.

Uji Heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Gletser, apabila nilai Sig. > dari 0,05 maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Apabila nilai Sig < dari 0,05 maka kesimpulannya terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas ( Uji Gletser)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,829E-16	3,286		,000	1,000
	Suasana Toko	,000	,065	,000	,000	1,000
	Kelengkapan Produk	,000	,093	,000	,000	1,000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.10, uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai Sig. untuk variabel suasana toko ( $X_1$ ) sebesar  $1,000 > 0,05$  dan untuk nilai signifikansi (Sig) pada variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) sebesar  $1,000 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

## 2. Analisis Regresi

Menurut Ghozali (2011) menjelaskan bahwa analisis regresi berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen yang diketahui. Analisis ini untuk mengetahui sejauh mana pengaruh hubungan antar variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

**Tabel 4.11**  
**Model Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,081	3,286		-,938	,351
Suasana Toko	,422	,065	,523	6,532	,000
Kelengkapan Produk	,438	,093	,376	4,704	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.11, uji regresi linier berganda diperoleh nilai konstanta bertanda negatif sebesar -3,081. Artinya apabila suasana toko dan kelengkapan produk sama dengan nol (0) maka kepuasan konsumen mengalami penurunan. Nilai koefisien regresi variabel suasana toko ( $X_1$ ) sebesar 0,422 artinya suasana toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan nilai koefisien regresi untuk variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) sebesar 0,438 artinya kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi suasana toko (0,422) dan kelengkapan produk (0,438), karena  $0,438 > 0,422$  maka kelengkapan produk merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Sehingga diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -3,081 + 0,422 (X_1) + 0,438 (X_2)$$

- 1) Nilai konstanta (Y) sebesar -3,081 yang berarti jika variabel suasana toko ( $X_1$ ) dan kelengkapan produk ( $X_2$ ) sama dengan nol atau konstanta maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar -3,081.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel suasana toko ( $X_1$ ) sebesar 0,422. Artinya apabila variabel bebas lain bernilai konstan (tetap) dan variabel suasana toko mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel

kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,422. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antar variabel suasana toko ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

- 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) sebesar 0,438. Artinya apabila variabel bebas lain bernilai konstan (tetap) dan variabel kelengkapan produk mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel kepuasan konsumen (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,438. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antar variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y).

### 3. Pengujian Hipotesis

- 1) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2018:98) menjelaskan uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Cara melakukan uji statistik t adalah Quick Look bila jumlah Degree Of Freedom (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka  $H_0$  yang menyatakan  $\beta_i = 0$  dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,081	3,286		-,938	,351
Suasana Toko	,422	,065	,523	6,532	,000
Kelengkapan Produk	,438	,093	,376	4,704	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.12, uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu suasana toko dan kelengkapan produk dijelaskan sebagai berikut:

a) Hipotesis 1 (Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen)

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas diketahui bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel suasana toko ( $X_1$ ) adalah sebesar 0,422. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,532 dengan sig. 0,000. Sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $Df = n - k = 96 - 3 = 93$ . ( $\alpha=5\%$ ,  $df=93$ ) maka nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,66140 yang diperoleh dari tabel statistik. Oleh karena itu nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $6,532 > 1,66140$  dan  $Sig. < \alpha$  probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa hasil pengujian pada variabel suasana toko ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

b) Hipotesis 2 (Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen)

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas diketahui bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) adalah

sebesar 0,438. Nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,704 dengan sig. 0,000. Sedangkan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan  $Df = n - k = 96 - 3 = 93$ . ( $\alpha=5\%$ ,  $df=93$ ) maka nilai  $t_{tabel}$  adalah 1,66140 yang diperoleh dari tabel statistik. Oleh karena itu nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,704 > 1,66140$  dan  $Sig. < \alpha$  probabilitas  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa hasil pengujian pada variabel kelengkapan produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y)

## 2) Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2018:98) menjelaskan bahwa signifikansi model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikansi dimana jika nilai sig.  $< 0,05$ , maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji f statistik digunakan untuk membuktikan ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Dalam penelitian ini perhitungan dengan menggunakan SPSS. Adapun kriteria uji f sebagai berikut :

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau nilai sig.  $< 0,05$ .
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak atau nilai sig.  $> 0,05$ .

**Tabel 4.13**  
**Hasil Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2034,164	2	1017,082	101,301	,000 <sup>b</sup>
Residual	933,743	93	10,040		
Total	2967,906	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Suasana Toko

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.13, uji f menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 101,301. Dimana untuk nilai  $F_{tabel}$  dengan  $n=96$ ,  $k=3$ ,  $df$  pembilang ( $df1$ ) = 3,  $df$  penyebut ( $df2$ ) = 93 ( $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen dan variabel bebas), hasil diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,70. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji F nilai  $101,301 > 2,70$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa diterima. Sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

#### 4. Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2018:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dari perhitungan hasil regresi linear berganda menunjukkan seberapa variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel variabel bebasnya. Nilai bertujuan untuk mengetahui presentasi besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

**Tabel 4.14**

**Koefisien Determinasi Simultan ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 <sup>a</sup>	,685	,679	3,169

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Suasana Toko

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

*Sumber: Data primer diolah, (2022)*

Berdasarkan tabel 4.14, uji  $R^2$  pada tabel Model Summary dapat dilihat bahwa koefisien determinasi R square sebesar 0,685. Sehingga dapat disimpulkan bahwa suasana toko ( $X_1$ ) dan kelengkapan produk ( $X_2$ ) berpengaruh sebesar 68,5% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya 31,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

### C. Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis mengenai pengaruh suasana toko dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai.

#### 1. Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Pemalang Permai.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Sitta Nurhajjah, dkk (2021) yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Business Centre* SMKN 1 Lemahabang Cirebon”. Hasil penelitian terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen.

Hasil yang sama juga ditunjukkan penelitian yang dilakukan oleh Oriza Silva Wijaya, dkk (2021) yang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko/Kedai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara simultan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Rizqi Ayu Safitri dan Sulistiyo Rini (2021) juga melakukan penelitian terkait “Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jolly Bakery, Wonogiri)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kontribusi yang signifikan antara suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Febby Febriani dan Dadan Ahmad Fadili (2021) juga melakukan penelitian terkait “Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kualitas

Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Cafe Patroli Kopi Karawang)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat *store atmosphere* ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa suasana toko memiliki korelasi terhadap kepuasan konsumen.

Purnama (2011:62) menjelaskan bahwa suasana toko merupakan salah satu bagian dari bauran ritel yang memiliki arti sangat penting dalam menjalankan bisnis ritel. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya suasana toko yang baik akan menarik pengunjung dalam melakukan pembelian. Dengan demikian karakteristik fisik sangat penting untuk setiap bisnis ritel, karena hal ini berperan sebagai penciptaan suasana yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen dan membuat konsumen ingin berlama-lama di dalam toko dan secara tidak langsung menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Dapat dilihat bahwa suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Suasana toko merupakan suasana yang harus diciptakan oleh toko sehingga dapat mempengaruhi emosi pembeli yang menyebabkan transaksi jual beli. Dengan demikian maka suasana toko harus diatur dengan baik oleh pihak ritel, yang bertujuan agar dapat mengkomunikasikan informasi terkait dengan layanan toko seperti harga dan ketersediaan barang dagangan yang bersifat kekinian. Komunikasi visual yang terdiri dari grafik, papan tanda, efek panggung, baik di dalam toko maupun di jendela akan membantu meningkatkan penjualan dengan memberikan informasi tentang produk dan menyarankan pembelian. Komunikasi visual yang dimaksud seperti papan nama toko, warna, unsur informatif didalamnya, kecerahan, dan logo yang berbeda dari yang lain.

## **2. Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Pemalang Permai.**

Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Nur Fauziah (2020) yang berjudul “Pengaruh Lokasi Usaha, Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Konsumen Muslim Basa Toserba Pernalang". Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara keragaman produk ( $X_2$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) kepuasan konsumen ( $Y$ ). Selanjutnya Sulistiyo Anjarwan (2018) melakukan penelitian terkait variabel kelengkapan produk, dari penelitian tersebut hasil untuk variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Novita Sari dan Selfi Setyowati (2017) melakukan penelitian yang hasilnya juga mendukung penelitian ini, untuk variabel keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini juga memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Titik Efnita (2017) yang memiliki hasil variabel variasi produk berpengaruh positif dan signifikan antara variabel variasi produk terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2009:42), kelengkapan produk adalah ketersediaan semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi konsumen yang dihasilkan oleh produsen. Produk di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau dapat memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (tangible features), tetapi juga aspek non fisik (intangible features) seperti citra dan layanan yang dapat di lihat.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jika jenis produk yang diperjual belikan dilengkapi atau jenis produknya ditambah sesuai dengan jenis produk yang dijual di toko tersebut, maka hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Meningkatnya kepuasan konsumen disebabkan karena konsumen tidak perlu mencari produk yang ingin di beli di toko lain, karena di toko tersebut telah menyediakan dan menjual produk yang di butuhkan. Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Maka kelengkapan produk merupakan ketersediaan berbagai macam produk, variasi dan merek yang tersedia pada toko tersebut.

### **3. Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Pemalang Permai.**

Variabel suasana toko dan kelengkapan produk mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Kedua variabel tersebut saling mendukung dan berhubungan. Suasana toko yang bersih, rapi, tertata merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang kepuasan konsumen dalam berbelanja di suatu toko, maka dengan demikian suasana toko berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan jika konsumen merasa nyaman dengan suasana toko maka konsumen menjadi betah berbelanja di toko tersebut, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen ketika membeli produk di toko tersebut, begitu pula sebaliknya, jika konsumen tidak merasa nyaman berbelanja di suatu toko maka dapat menurunkan kepuasan konsumen dalam berbelanja di toko tersebut.

Kelengkapan produk juga mempengaruhi pada kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan jika konsumen ingin membeli produk di suatu toko dan produk yang ingin dibeli konsumen tersedia, pastinya konsumen akan merasa puas untuk membeli produk di toko tersebut, hal ini dikarenakan konsumen tidak perlu mencari produk yang ingin di beli di toko lain. Sehingga kelengkapan produk berpengaruh positif pada kepuasan konsumen. Begitu pula sebaliknya jika konsumen ingin membeli suatu produk, dan produk tersebut tidak tersedia maka konsumen akan merasa kecewa.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemasang Permai. Dapat di artikan bahwa jika suasana toko yang diciptakan baik dan menyenangkan maka konsumen yang berbelanja merasa puas. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa suasana toko yang baik akan membuat konsumen merasa nyaman saat berbelanja dan tidak menutup kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian ulang di toko tersebut, sehingga pihak ritel tidak akan kehilangan konsumen karena faktor suasana toko yang kurang nyaman.
2. Kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemasang Permai. Dapat di artikan bahwa dengan produk yang lengkap maka konsumen akan merasa puas saat berbelanja. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk pada sebuah Swalayan adalah hal yang sangat berpengaruh dalam sebuah keputusan pembelian. Dengan produk yang lengkap pada sebuah Swalayan maka konsumen akan merasa puas saat berbelanja dikarenakan lebih efisien dengan tidak berpindah pindah ke satu tempat ke tempat perbelanjaan lainnya.
3. Suasana toko dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Swalayan Pemasang Permai. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik suasana toko dan semakin lengkap produk yang di jual maka akan semakin puas konsumen dalam berbelanja.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan masukan sebagai berikut:

1. Untuk pihak pengelola Swalayan Pemalang Permai sebaiknya bisa lebih memperhatikan dan meningkatkan suasana toko dengan baik. Seperti dalam hal warna dinding toko yang menarik, pengaturan suhu ruang yang sejuk, serta pemutaran alunan musik. Dengan suasana toko yang baik dapat menarik perhatian untuk berbelanja dan dapat menarik suasana hati konsumen untuk berbelanja lebih lama. Penerapan suasana toko yang baik akan membuat konsumen merasa lebih nyaman dan dapat menambah penilaian positif pada toko tersebut.
2. Selain itu perlu meningkatkan kelengkapan produk yang kurang maksimal, menambah variasi produk dan merk produk yang akan dijual, menata secara rapi produk yang ada di display, karena konsumen menilai bahwa dengan memiliki produk yang lengkap dan bervariasi dapat menarik daya beli masyarakat sehingga mereka lebih mudah mendapatkan barang yang mereka cari yang akan membuat mereka melakukan pembelian ulang di Swalayan Pemalang Permai. Semakin lengkap produk yang ditawarkan maka dapat meningkatkan kepuasan bagi para konsumen yang akan melakukan pembelian produk.
3. Keterbatasan Penelitian
  - a. Pada penelitian ini variabel yang digunakan masih terbatas hanya menggunakan variabel suasana toko dan kelengkapan produk sebagai variabel yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen.
  - b. Pada penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Swalayan Pemalang Permai saja, sehingga hasil dalam penelitian ini tidak dapat diterapkan secara langsung pada bidang-bidang usaha lainnya.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai faktor yang

mempengaruhi kepuasan konsumen pada Swalayan Pemalang Permai serta dapat menambah variabel lain yang belum mewakili penelitian ini seperti kualitas pelayanan dan promosi karena tidak banyak media promosi yang dilakukan oleh Swalayan Pemalang Permai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Muhammad Maimun Haki. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Ba'I Buah Kota Kediri*. Skripsi. Kediri: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Agusta, F. H. I., & Rachmi, A. (2019). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Amsterdam Coffee dan Roastery. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2), 334–339.
- Angelika, A., & Lego, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Chatime di Mall Ciputra, Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 31. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17164>
- Anjarwan, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 48–59.
- Bachtiar, I. D. (2011). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa Dalam Memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi*, 7, 102–112.
- Bala, B. S. B., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2022). *Pengaruh Lokasi, Suasana Toko, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Dinoyo Malang*. 11(1), 306–312.
- Dewi, D. A. (2022). *Pengaruh Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Mebel Ghofiah Pekalongan*. Semarang:Universitas PGRI Semarang.
- Dharma, O. S., & Magdalena, M. (2017). *Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Rafa Mart Padang*. 4(3), 1–12.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan

- Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *AdBispreneur*, 2(2), 107–115.  
<https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13162>
- Erviandari, F. N. (2018). *Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*.
- Fauziah, N. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim di Basa Toserba Pernalang. *Jurnal Ekonomi Islam, Marketing Mix*.
- Febriani, F., & Ahmad Fadili, D. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Café Patroli Kopi Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 368–379.  
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10100>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handri, M. H., & Fernos, J. (2019). Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mini Market Xmart Ulak Karang Padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP*, 1–14.
- Hotman, Makmur, H. (2011). *Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Di UD. Naysila Toys Simpang SKP*. 1–10.
- Irawan. (2008). Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan. "*Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9)
- Izzah, F. N., Munfiah, A., Apriliani, S. T., Risdiyanti, V. P., & Pratiwi, R. (2022). Intensitas Kepercayaan Konsumen, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Customer Chatime Di Mall Ciputra Semarang. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 9(1), 47.  
<https://doi.org/10.31602/al-kalam.v9i1.5248>
- Jaya, A. R. P. D., Maruta, I. A., & Pratiwi, N. M. I. (2020). Pengaruh Brand Equity, Brand Image dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M di Tujungan Plaza Surabaya. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 66–80.
- Khairi, N. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan*

*Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Koperasi pegawai Republik Indonesia OMI Swalayan.* 1–136.

Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), 27–34.

Kotler, Philip & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama.  
[https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran\\_Ritel/TaYnlt2tufwC?hl=id&gbpv=1&dq=pemasaran+ritel+hendri+ma%27ruf&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Pemasaran_Ritel/TaYnlt2tufwC?hl=id&gbpv=1&dq=pemasaran+ritel+hendri+ma%27ruf&printsec=frontcover)

Nurhajjah, S., Dewi, I. R., & Aisy, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Business Centre Smkn 1 Lemahabang Cirebon. *Jieb : Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 202, 212–223.  
<http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>

Pratiwi, N. M. I., & Ni Nyoman Kerti Yasa. (2019). The Effect Of Store Atmosphere, Social Media Marketing, And Lifestyle On Purchase Decision On Consumers Of The Alleyway Cafe. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 4(4), 85–99. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3592913>

Purnama, N. I., Nasution, M. F. H., & Astuti, R. (2022). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(1), 74–86.  
<https://ceredindonesia.or.id/index.php/akmami/article/view/564>

RaharjaniI, J. (2005). ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMILIHAN PASAR SWALAYAN SEBAGAI TEMPAT BERBELANJA (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang ). *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (JSMO)*, Volume 2(Nomor 1), 1–15.

Rahmadana, N. M. S. (2016). Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Implusif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda. *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 683–697.  
[https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal Nur Maya Sari Rahmadana \(08-12-16-06-09-21\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal_Nur_Maya_Sari_Rahmadana_(08-12-16-06-09-21).pdf)

- Rismayanti, E. (2021). *Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Upmart Universitas PGRI Semarang*. Semarang: Universitas PGRI Semarang.
- Safitri, R. A., & Rini, S. (2021). *Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jolly Bakery, Wonogiri)*. 5(2), 1124–1131.
- Sari, Novita Setiyowati. (2017). *Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pb Swalayan Metro*. 03(02), 186–199.
- Setianingsih, N. F. (2016). *Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk, Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta)*. III(2), 2016.
- Setiawan, D., & Maskan, M. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Semoga Jaya Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 62–67. <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/51>
- Sholikah, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran: Saat ini dan masa depan* (E. Sudarmanto & E. Kurniawati (eds.)). Insania. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PIdZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&dq=Kotler+dan+Amstrong+\(2009\),+menyimpulkan+bahwa+pe+masaran++merupakan+suatu+proses+sosial+dan+manajerial+yang+membua+t+individu+dan++kelompok+memperoleh+apa+yang+mereka+butuhkan+da+n](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PIdZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&dq=Kotler+dan+Amstrong+(2009),+menyimpulkan+bahwa+pe+masaran++merupakan+suatu+proses+sosial+dan+manajerial+yang+membua+t+individu+dan++kelompok+memperoleh+apa+yang+mereka+butuhkan+da+n)
- Styani, E., & Wahyuhastuti, N. (2014). *PELANGGAN KLINIK ASSALAMAH BEAUTY CARE KALIWUNGU Kategori Produk Kecantikan*. 181–187.
- Suharto, G. P. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giggle Box Cafe & Resto Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(024), 118–129.
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 05(03), 1–18.
- Utami, H. N., & Kamilia, N. (2017). PERSEPSI KONSUMEN THEMATIC COFFEE HOUSE TERHADAP MEREK, KUALITAS PRODUK DAN

- PELAYANAN SERTA NILAI PELANGGAN PRODUK KOPI LOKAL (Survei Konsumen Filosofi Kopi Jakarta Selatan). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 60. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v6i1.9870>
- Wibowo, B. A. (2015). Pengaruh Suasana Toko, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Di Planet Distro Kota Banjarnegara. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Widodo, T. (2016). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga)*. 9(17), 2016.
- Wijaya, O. S., Siregar, M. Y., & Amelia, W. R. (2021). Pengaruh Suasana Toko/Kedai dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Masakan Ayam Penyet Cabe Hijau. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 14–21. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.5>
- Wilujeng, S., & Mudzakkir, M. F. (2015). Kepuasan Pelanggan Pada Toko Modern. *Modernisasi*, 11(2), 93–107.
- Yudi Oktavian Euis Soliha, B., & Yudi Oktavian, B. (2020). *FOKUS EKONOMI PENGARUH KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Cafe Dewan Kopi Pati)*. 4, 167–183. <http://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fe>

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Lembar Pengajuan Judul Skripsi



**UNIVERSITAS PGRI SEMARANG**  
**FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN**  
 Program Studi Pendidikan Ekonomi  
 Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang

### USULAN TEMA/JUDUL SKRIPSI DAN PEMBIMBING

Yth. Ketua Program Studi  
 Pendidikan Ekonomi

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini,

N a m a : Arda Aqkluna Solechatun

N P M : 18220040

bermaksud mengajukan tema skripsi dengan judul :

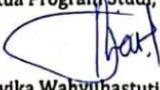
PENGARUH SUASANA TOKO DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP  
KEPASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN PEMALANG PERMAI  
KABUPATEN PEMALANG.

Selanjutnya, untuk penentuan dosen pembimbing skripsi kami serahkan sepenuhnya kepada Ketua Program Studi, dengan keputusan pembimbing :

1. Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si
2. Inayah Adi Sari, S.E., M.Si, Ak, C.A

Menyetujui,

Ketua Program Studi,

  
 Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si  
 NIP 197811192005012002

Semarang, 1 Agustus 2022

Yang mengajukan,

  
Arda Aqkluna S

### DAFTAR PEMBIMBING

- |   |  |
|---|--|
| 1. Dr. Endang Wuryandini, M.Pd          | 6. Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E., M.Si |
| 2. Antono Herry Purnomo Adhi S.E., M.Si | 7. Riyanto, S.E., M.Si                   |
| 3. Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si       | 8. Valdyan Drifanda, S.Pd., M.Pd         |
| 4. Dwi Prasetyo Hadi, S.E., M.Si        | 9. Dr. Mahmud Yunus, S.Pd., M.Pd         |
| 5. David Firna Setiawan, S.Pd., M.Pd    |  |

## Lembar 2 Lembar Persetujuan Proposal Skripsi

### PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Proposal skripsi dengan judul "Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Swalayan Pemalang Permai", disusun oleh:

Nama : Arda Aqkluna Solechatun

NPM : 18220040

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Keolahragaan

Telah disetujui dan disahkan pada:

Hari : Senin

Tanggal : 18 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si  
NIP. 197811192005012002



Inayah Adi Sari, S.E, M.Si, Ak, C.A  
NPP. 207801555

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi



Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si  
NIP. 197811192005012002

**Lampiran 3 Surat Izin Penelitian**

UNIVERSITAS PGRI SEMARANG  
**FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN**  
Jl. Gajah Raya No. 40 Semarang. Telp : (024) 8316377, 8448217

Semarang, 15 Juli 2022

Nomor : 378 /AM/FPIPSKR/VII/2022  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pemilik Swalayan Pemalang Permai  
di Kabupaten Pemalang

Kami beritahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa kami :

N a m a : ARDA AQKLUNA SOLECHATUN  
N P M : 18220040  
Fak. / Program Studi : FPIPSKR / Pend. Ekonomi

Akan mengadakan penelitian dengan judul :

PENGARUH SUASANA TOKOK DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN PEMALANG PERMAI KABUPATEN  
PEMALANG

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon perkenan Bapak/Ibu  
memberikan ijin mahasiswa tersebut untuk melakukan penelitian.

Atas perkenan dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

D e k a n,

**Dr. Agus Sutono, S.Fil.,M.Phil**  
NPP.107801284

## Lampiran 4. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing I



UNIVERSITAS PGRI SEMARANG  
 FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN  
 PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
 J. Gajah Raya No. 40 Semarang, (024) 8316377 Semarang 8448217

### REKAPITULASI PROSES BIMBINGAN SKRIPSI

No	Hari, Tanggal	Uraian Bimbingan	Paraf
1.	Kamis, 7 April 2022	Pengajuan Judul & Acc Judul	af
2.	Kamis, 7 April 2022	Bimbingan Bab I	af
3.	Senin, 13 Juni 2022	Acc Bab I dan Bimbingan Bab II	af
4.	Selasa, 14 Juni 2022	Acc Bab II	af
5.	Selasa, 28 Juni 2022	Bimbingan Bab III	af
6.	Senin, 18 Juli 2022	Acc Proposal Skripsi	af
7.	Selasa, 25 Oktober 2022	Bimbingan Bab IV	af
8.	Kamis, 3 November 2022	Bimbingan Bab V	af
9.	Senin, 7 November 2022	Acc Skripsi	af

Semarang, 7 November 2022

Mengetahui,

Pembimbing I

Novika Wahyuastuti, S.E., M.Si  
 NIP. 197811192005012002

Mahasiswa,

Arda Aqkluna S  
 NPM. 18220040

## Lampiran 5. Rekapitulasi Bimbingan Skripsi Dosen Pembimbing II



UNIVERSITAS PGRI SEMARANG  
 FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHIRAGAAN  
 PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
 J. Gajah Raya No. 40 Semarang, (024) 8316377 Semarang 8448217

### REKAPITULASI PROSES BIMBINGAN SKRIPSI

No	Hari, Tanggal	Uraian Bimbingan	Paraf
1.	Kamis, 7 April 2022	Pengajuan Judul & Acc Judul	
2.	Senin, 11 April 2022	Bimbingan Bab I	
3.	Senin, 13 Juni 2022	Acc Bab I	
4.	Selasa, 14 Juni 2022	Bimbingan Bab II	
5.	Kamis, 16 Juni 2022	Acc Bab II	
6.	Selasa, 5 Juli 2022	Bimbingan Bab III	
7.	Senin, 18 Juli 2022	Acc Proposal Skripsi	
8.	Selasa, 1 November 2022	Bimbingan Bab IV dan Bab V	
9.	Senin, 7 November 2022	Acc Skripsi	

Semarang, 7 November 2022

Mengetahui,

Pembimbing II

Inayah Adi Sari, S.E., M.Si, Ak, CA  
 NPP. 207801555

Mahasiswa,

Arda Aqkluna S  
 NPM. 18220040

## **Lampiran 6. Lembar Kuesioner Uji Coba**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Arda Aqkluna Solechatun Pendidikan Ekonomi 2018 Universitas PGRI Semarang, yang saat ini sedang melakukan penelitian guna mendapatkan data untuk skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Pemalang Permai”.

Oleh karena itu, disela-sela kesibukan saudara/i, saya memohon dengan hormat kesediaan, kesungguhan, dan kejujuran dalam mengisi kuesioner tersebut. Jawaban saudara/i sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang saya laksanakan.

Saya akan menghargai setiap jawaban atau informasi yang saudara/i berikan. Semua data dan identitas tetap terjaga kerahasiaannya. Hasil dari kuesioner ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian.

Atas kesediaan dan partisipasi dari saudara/i saya ucapkan terimakasih.  
Wassalamualaikum Wr.Wb.

Salam hormat

Arda Aqkluna Solechatun

## KUESIONER

### PENGARUH SUASANA TOKO DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN PEMALANG PERMAI KABUPATEN PEMALANG

#### A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap : (Boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Usia :
  - <17 tahun
  - 17 – 27 tahun
  - 28 – 38 tahun
  - >38 tahun
4. Berapa kali anda pernah berbelanja di Swalayan Pemalang Permai
  - 2 kali
  - Lebih dari 2 kali
5. Pekerjaan :
  - Pelajar/Mahasiswa
  - Pegawai Negeri Sipil (PNS)
  - Pegawai Swasta
  - Wirausaha
  - Lainnya
6. Penghasilan perbulan :
  - <Rp. 4.000.000
  - Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000
  - Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000
  - >Rp. 8.000.000
7. Pola Belanja :
  - 1 Minggu sekali
  - 2 Minggu sekali
  - 3 Minggu sekali
  - 1 Bulan sekali

**B. Petunjuk Pengisian**

1. Bacalah pernyataan di bawah ini dengan benar dan teliti sebelum saudara/I menjawab
2. Isilah pernyataan di bawah ini dengan sebenar-benarnya
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia yang paling sesuai dengan persepsi saudara/i

**C. Keterangan**

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 KS : Kurang Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Suasana Toko</b>						
1	Kondisi ruangan di Swalayan Pemalang Permai bersih					
2	Lantai Swalayan Pemalang Permai bersih dari debu/kotoran					
3	Aroma ruangan di Swalayan Pemalang Permai harum					
4	Area parkir Swalayan Pemalang Permai luas dan bersih dari sampah					
5	Sistem penataan produk di Swalayan Pemalang Permai rapi					
6	Terdapat tanda petunjuk tentang lokasi produk di Swalayan Pemalang Permai yang dapat memberikan informasi yang jelas untuk saya					
7	Sistem pengelompokan produk di Swalayan Pemalang Permai memudahkan saya mencari produk yang diinginkan					
8	Tata letak produk yang diskon pada Swalayan Pemalang Permai mudah dilihat					
9	Alunan musik di Swalayan Pemalang Permai menghadirkan suasana yang nyaman					

10	Volume musik pada Swalayan Pemalang Permai membuat saya nyaman					
11	Jenis musik yang di putar tidak monoton dan membuat saya merasa nyaman					
12	Alunan musik di Swalayan Pemalang Permai memotivasi saya untuk membeli produk lebih banyak					
13	Pencahayaan pada Swalayan Pemalang Permai mampu meningkatkan daya tarik toko					
14	Pencahayaan lampu ruang di Swalayan Pemalang Permai memberikan rasa nyaman saat berbelanja					
15	Pemilihan warna pencahayaan di Swalayan Pemalang Permai membuat saya tertarik terhadap produk yang ditawarkan					
16	Swalayan Pemalang Permai memiliki suhu ruang yang dingin dan membuat nyaman berbelanja					
17	Swalayan Pemalang Permai memiliki ruang yang sejuk dan tidak lembab					
18	Suhu ruang di Swalayan Pemalang Permai mendorong saya untuk berbelanja kembali					
<b>Kelengkapan Produk</b>						
19	Produk yang dijual Swalayan Pemalang Permai sangat lengkap					
20	Jenis produk yang dijual Swalayan Pemalang Permai sangat beragam					
21	Swalayan Pemalang Permai menjual berbagai produk yang beragam dalam satu rak untuk konsumen					
22	Produk yang dijual Swalayan Pemalang Permai sangat bervariasi					
23	Terdapat variasi ukuran produk yang ditawarkan oleh Swalayan Pemalang Permai					
24	Produk yang ditawarkan oleh Swalayan Pemalang Permai lebih bervariasi dibandingkan tempat lain					
25	Ketersediaan stock produk di					

	Swalayan Pemalang Permai selalu ada					
26	Berbagai macam produk di Swalayan Pemalang Permai selalu tersedia, tidak pernah kehabisan stock					
27	Ketersediaan stock produk di Swalayan Pemalang Permai lebih lengkap dibandingkan dengan toko lain					
28	Ada berbagai macam pilihan merek produk yang tersedia di Swalayan Pemalang Permai					
29	Merek dan jenis yang dijual Swalayan Pemalang Permai semua ada					
30	Berbagai macam merek di Swalayan Pemalang Permai lebih lengkap dibandingkan dengan toko lain					
<b>Kepuasan Konsumen</b>						
31	Saya merasa puas berbelanja dengan suasana toko yang ada di Swalayan Pemalang Permai					
32	Saya merasa puas dengan keberagaman produk yang dijual di Swalayan Pemalang Permai					
33	Saya merasa puas dengan penataan produk yang dijual di Swalayan Pemalang Permai					
34	Saya akan kembali berbelanja di Swalayan Pemalang Permai					
35	Saya akan terus membeli produk di Swalayan Pemalang Permai karena sesuai dengan harapan yang saya inginkan					
36	Saya akan membeli produk di Swalayan Pemalang Permai karena produk yang saya inginkan selalu ada					
37	Saya akan merekomendasikan kepada yang lain untuk berbelanja di Swalayan Pemalang Permai					
38	Saya bersedia membeli segala macam produk yang saya butuhkan di Swalayan Pemalang Permai bersama orang terdekat					

39	Saya akan mengajak orang terdekat (teman/saudara) untuk berbelanja di Swalayan Pemalang Permai					
40	Pengalaman berbelanja di Swalayan Pemalang Permai sesuai dengan harapan saya					
41	Produk yang dijual terjaga kualitasnya					
42	Berbelanja di Swalayan Pemalang Permai adalah pilihan yang bijak					

**Lampiran 7. Tabulasi Data Uji Coba Variabel Suasana Toko (X1)**

Butir Soal Suasana Toko (X1)																			
Responden	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1-6	X1-7	X1-8	X1-9	X1-10	X1-11	X1-12	X1-13	X1-14	X1-15	X1-16	X1-17	X1-18	TOTAL
1	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	58
2	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	67
3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	67
4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	51
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	80
6	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	67
7	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	73
8	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	69
9	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	70
10	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	60
11	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	68
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
14	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	71
15	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
16	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	82
17	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	59
18	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	57
19	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	63
20	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	67
21	4	4	3	2	3	4	2	3	2	2	3	2	1	2	2	4	3	3	49
22	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	65

23	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	65
24	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	66
25	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	61
26	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	67
27	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	66
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	65
29	5	4	3	5	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	66
30	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	60

**Lampiran 8. Tabulasi Data Uji Coba Variabel Kelengkapan Produk (X2)**

Butir Soal Kelengkapan Produk (X2)													
Responden	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2-6	X2-7	X2-8	X2-9	X2-10	X2-11	X2-12	TOTAL
1	2	3	4	3	3	2	2	1	2	2	1	1	26
2	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	32
3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	40
4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	41
5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	5	53
6	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	42
7	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	55
8	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	41
9	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	45
10	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	43
11	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	41
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	5	3	5	3	5	3	4	5	3	5	5	50
15	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	53
16	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	49
17	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	38
18	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	41
19	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	41
20	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	42
21	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	34
22	3	5	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	43
23	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	43

24	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
25	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
26	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	37
27	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	43
28	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	40
29	3	4	4	4	2	3	3	4	2	3	2	3	37
30	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	41

**Lampiran 9. Tabulasi Data Uji Coba Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Butir Soal Kepuasan Konsumen (Y)]													
Responden	Y-1	Y-2	Y-3	Y-4	Y-5	Y-6	Y-7	Y-8	Y-9	Y-10	Y-11	Y-12	TOTAL
1	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	35
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	41
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	39
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	50
6	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	44
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	52
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	4	4	3	3	3	5	5	4	3	3	4	45
10	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	36
11	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	45
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	53
15	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	54
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	43
18	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	44
19	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	43
20	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46
21	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	39
22	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	40
23	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	46

24	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	45
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
26	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
28	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45
29	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	43
30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	36

**Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Suasana Toko (X1)**

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Suasana Toko (X <sub>1</sub> )	1	0,581	0,361	Valid
	2	0,462	0,361	Valid
	3	0,428	0,361	Valid
	4	0,561	0,361	Valid
	5	0,429	0,361	Valid
	6	0,639	0,361	Valid
	7	0,740	0,361	Valid
	8	0,537	0,361	Valid
	9	0,781	0,361	Valid
	10	0,739	0,361	Valid
	11	0,634	0,361	Valid
	12	0,628	0,361	Valid
	13	0,772	0,361	Valid
	14	0,808	0,361	Valid
	15	0,720	0,361	Valid
	16	0,480	0,361	Valid
	17	0,570	0,361	Valid
	18	0,590	0,361	Valid

**Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Kelengkapan Produk (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Item Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kelengkapan Produk (X <sub>2</sub> )	1	0,800	0,361	Valid
	2	0,491	0,361	Valid
	3	0,305	0,361	Tidak Valid
	4	0,739	0,361	Valid
	5	0,694	0,361	Valid
	6	0,736	0,361	Valid
	7	0,735	0,361	Valid
	8	0,885	0,361	Valid
	9	0,842	0,361	Valid
	10	0,710	0,361	Valid
	11	0,762	0,361	Valid
	12	0,884	0,361	Valid

**Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)**

Variabel	Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	1	0,784	0,361	Valid
	2	0,666	0,361	Valid
	3	0,772	0,361	Valid
	4	0,720	0,361	Valid
	5	0,681	0,361	Valid
	6	0,775	0,361	Valid
	7	0,710	0,361	Valid
	8	0,739	0,361	Valid
	9	0,799	0,361	Valid
	10	0,831	0,361	Valid
	11	0,474	0,361	Valid
	12	0,727	0,361	Valid

**Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Standart <i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	<i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	Keterangan
Suasana Toko (X1)	0,70	0,903	Reliabel
Kelengkapan Produk (X2)	0,70	0,918	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,70	0,916	Reliabel

#### **Lampiran 14. Lembar Kuesioner**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Arda Aqkluna Solechatun Pendidikan Ekonomi 2018 Universitas PGRI Semarang, yang saat ini sedang melakukan penelitian guna mendapatkan data untuk skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Suasana Toko dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Pemalang Permai”.

Oleh karena itu, disela-sela kesibukan saudara/i, saya memohon dengan hormat kesediaan, kesungguhan, dan kejujuran dalam mengisi kuesioner tersebut. Jawaban saudara/i sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang saya laksanakan.

Saya akan menghargai setiap jawaban atau informasi yang saudara/i berikan. Semua data dan identitas tetap terjaga kerahasiaannya. Hasil dari kuesioner ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian.

Atas kesediaan dan partisipasi dari saudara/i saya ucapkan terimakasih.  
Wassalamualaikum Wr.Wb.

Salam hormat

Arda Aqkluna Solechatun

## KUESIONER

### PENGARUH SUASANA TOKO DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN PEMALANG PERMAI KABUPATEN PEMALANG

#### A. Identitas Responden

1. Nama Lengkap : (Boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Usia :
  - <17 tahun
  - 17 – 27 tahun
  - 28 – 38 tahun
  - >38 tahun
4. Berapa kali anda pernah berbelanja di Swalayan Pemalang Permai
  - 2 kali
  - Lebih dari 2 kali
5. Pekerjaan :
  - Pelajar/Mahasiswa
  - Pegawai Negeri Sipil (PNS)
  - Pegawai Swasta
  - Wirausaha
  - Lainnya
6. Penghasilan perbulan :
  - <Rp. 4.000.000
  - Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000
  - Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000
  - >Rp. 8.000.000
7. Pola Belanja :
  - 1 Minggu sekali
  - 2 Minggu sekali
  - 3 Minggu sekali
  - 1 Bulan sekali

### B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pernyataan di bawah ini dengan benar dan teliti sebelum saudara/I menjawab
2. Isilah pernyataan di bawah ini dengan sebenar-benarnya
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia yang paling sesuai dengan persepsi saudara/i

### C. Keterangan

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 KS : Kurang Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b>Suasana Toko</b>						
1	Kondisi ruangan di Swalayan Pemalang Permai bersih					
2	Lantai Swalayan Pemalang Permai bersih dari debu/kotoran					
3	Aroma ruangan di Swalayan Pemalang Permai harum					
4	Area parkir Swalayan Pemalang Permai luas dan bersih dari sampah					
5	Sistem penataan produk di Swalayan Pemalang Permai rapi					
6	Terdapat tanda petunjuk tentang lokasi produk di Swalayan Pemalang Permai yang dapat memberikan informasi yang jelas untuk saya					
7	Sistem pengelompokan produk di Swalayan Pemalang Permai memudahkan saya mencari produk yang diinginkan					
8	Tata letak produk yang diskon pada Swalayan Pemalang Permai mudah dilihat					
9	Alunan musik di Swalayan Pemalang Permai menghadirkan suasana yang nyaman					

10	Volume musik pada Swalayan Pemalang Permai membuat saya nyaman					
11	Jenis musik yang di putar tidak monoton dan membuat saya merasa nyaman					
12	Alunan musik di Swalayan Pemalang Permai memotivasi saya untuk membeli produk lebih banyak					
13	Pencahayaan pada Swalayan Pemalang Permai mampu meningkatkan daya tarik toko					
14	Pencahayaan lampu ruang di Swalayan Pemalang Permai memberikan rasa nyaman saat berbelanja					
15	Pemilihan warna pencahayaan di Swalayan Pemalang Permai membuat saya tertarik terhadap produk yang ditawarkan					
16	Swalayan Pemalang Permai memiliki suhu ruang yang dingin dan membuat nyaman berbelanja					
17	Swalayan Pemalang Permai memiliki ruang yang sejuk dan tidak lembab					
18	Suhu ruang di Swalayan Pemalang Permai mendorong saya untuk berbelanja kembali					
<b>Kelengkapan Produk</b>						
19	Produk yang dijual Swalayan Pemalang Permai sangat lengkap					
20	Jenis produk yang dijual Swalayan Pemalang Permai sangat beragam					
21	Produk yang dijual Swalayan Pemalang Permai sangat bervariasi					
22	Terdapat variasi ukuran produk yang ditawarkan oleh Swalayan Pemalang Permai					
23	Produk yang ditawarkan oleh Swalayan Pemalang Permai lebih bervariasi dibandingkan tempat lain					
24	Ketersediaan stock produk di Swalayan Pemalang Permai selalu ada					
25	Berbagai macam produk di Swalayan Pemalang Permai selalu tersedia, tidak pernah kehabisan stock					
26	Ketersediaan stock produk di Swalayan Pemalang Permai lebih lengkap					

	dibandingkan dengan toko lain					
27	Ada berbagai macam pilihan merek produk yang tersedia di Swalayan Pemalang Permai					
28	Merek dan jenis yang dijual Swalayan Pemalang Permai semua ada					
29	Berbagai macam merek di Swalayan Pemalang Permai lebih lengkap dibandingkan dengan toko lain					
<b>Kepuasan Konsumen</b>						
30	Saya merasa puas berbelanja dengan suasana toko yang ada di Swalayan Pemalang Permai					
31	Saya merasa puas dengan keberagaman produk yang dijual di Swalayan Pemalang Permai					
32	Saya merasa puas dengan penataan produk yang dijual di Swalayan Pemalang Permai					
33	Saya akan kembali berbelanja di Swalayan Pemalang Permai					
34	Saya akan terus membeli produk di Swalayan Pemalang Permai karena sesuai dengan harapan yang saya inginkan					
35	Saya akan membeli produk di Swalayan Pemalang Permai karena produk yang saya inginkan selalu ada					
36	Saya akan merekomendasikan kepada yang lain untuk berbelanja di Swalayan Pemalang Permai					
37	Saya bersedia membeli segala macam produk yang saya butuhkan di Swalayan Pemalang Permai bersama orang terdekat					
38	Saya akan mengajak orang terdekat (teman/saudara) untuk berbelanja di Swalayan Pemalang Permai					
39	Pengalaman berbelanja di Swalayan Pemalang Permai sesuai dengan harapan saya					
40	Produk yang dijual terjaga kualitasnya					

41	Berbelanja di Swalayan Pemalang Permai adalah pilihan yang bijak					
----	--	--	--	--	--	--

Lampiran 15. Tabulasi Data Variabel Suasana Toko (X1)

Responden	Suasana Toko (X1)																		Total
	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1-6	X1-7	X1-8	X1-9	X1-10	X1-11	X1-12	X1-13	X1-14	X1-15	X1-16	X1-17	X1-18	
1	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	57
2	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	66
3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	66
4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	51
5	3	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	3	3	3	5	3	4	4	68
6	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	67
7	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	73
8	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	69
9	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	70
10	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	60
11	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	69
12	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	2	2	3	2	4	3	54
13	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	66
14	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	66
15	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
16	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	83
17	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	60
18	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	58
19	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	64
20	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	67
21	4	4	3	2	3	4	2	3	2	2	3	2	1	2	2	4	3	3	49
22	5	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	63
23	5	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	64
24	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	65

25	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	61
26	5	3	3	5	3	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	64
27	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	66
28	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	63
29	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	68
30	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	60
31	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
32	4	4	3	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	66
33	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	66
34	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	65
35	5	4	3	5	2	5	4	4	5	4	3	3	4	4	2	3	2	3	65
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
37	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	85
38	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	74
39	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	62
40	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	64
41	4	3	3	3	3	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	63
42	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	66
43	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	50
44	4	3	3	1	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	72
45	4	4	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	68
46	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	64
47	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	60
48	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	55
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	57
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	71
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
52	4	4	4	4	3	5	3	3	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	68
53	4	4	3	4	3	5	5	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	66

54	3	4	4	2	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	65
55	4	4	2	3	3	5	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	60
56	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	63
57	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	59
58	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
59	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	83
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	86
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	2	4	5	81
62	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	82
63	4	3	3	4	3	5	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	63
64	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	64
65	4	3	3	3	2	5	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	63
66	4	3	3	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	63
67	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	62
68	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	62
69	4	3	3	4	2	5	5	4	4	4	3	5	3	3	3	4	4	4	67
70	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	67
71	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	66
72	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	66
73	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	61
74	4	3	4	3	5	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	61
75	5	3	3	4	3	5	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	65
76	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	66
77	5	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	68
78	4	3	3	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	68
79	5	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	67
80	5	3	3	4	3	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	66
81	4	3	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	69
82	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	66
83	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	67

84	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	62
85	5	2	3	3	3	5	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	62
86	4	4	3	4	3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	4	66
87	5	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3	63
88	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	66
89	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	3	63
90	5	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	65
91	5	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	5	4	68
92	4	2	2	4	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	58
93	3	3	3	5	3	5	5	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	66
94	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	61
95	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	64
96	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	66

**Lampiran 16. Tabulasi Data Variabel Kelengkapan Produk (X2)**

Responden	Kelengkapan Produk (X2)											Total
	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5	X2-6	X2-7	X2-8	X2-9	X2-10	X2-11	
1	4	3	3	5	4	4	3	4	3	4	4	41
2	3	4	4	3	3	4	2	5	3	3	3	37
3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	40
4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	38
5	5	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	40
6	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	38
7	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	3	40
8	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	40
9	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	38
10	3	3	2	3	3	3	3	3	4	5	4	36
11	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	39
12	3	5	3	5	4	4	4	2	3	3	4	40
13	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	38
14	4	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	40
15	3	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	39
16	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	40
17	4	5	3	3	3	3	4	3	5	4	3	40
18	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	39
19	3	4	5	5	4	3	3	2	3	4	3	39
20	3	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	38
21	4	5	3	3	4	3	2	3	5	4	4	40
22	3	5	4	3	2	4	3	3	3	4	3	37
23	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	39
24	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	38
25	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	38

26	3	5	4	3	4	3	3	4	5	3	4	41
27	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	39
28	3	3	4	2	4	4	3	2	4	3	4	36
29	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	39
30	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	39
31	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	36
32	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	2	32
33	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	34
34	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	33
35	3	4	3	4	2	3	2	2	3	3	3	32
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	53
38	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	43
39	4	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	36
40	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	42
41	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	37
42	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	36
43	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32
44	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	47
45	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	41
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
47	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	37
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
49	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	37
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	43
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
52	2	4	3	4	3	4	3	3	5	3	4	38
53	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	36
54	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	42

55	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	37
56	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	36
57	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	37
58	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
62	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	46
63	2	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3	37
64	3	4	5	5	4	3	4	3	4	3	3	41
65	3	4	4	5	3	4	3	3	4	3	2	38
66	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	40
67	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	38
68	3	4	3	5	3	4	3	3	4	3	3	38
69	3	4	4	5	4	3	3	3	3	3	2	37
70	2	4	4	5	2	3	3	3	4	3	2	35
71	3	4	4	5	3	2	3	2	3	3	3	35
72	3	5	4	4	2	2	3	3	4	3	3	36
73	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	35
74	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	36
75	2	4	4	5	3	3	4	3	5	3	3	39
76	3	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	39
77	2	4	5	5	3	3	3	3	4	2	2	36
78	2	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	36
79	2	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	38
80	3	4	4	4	2	3	2	2	4	3	3	34
81	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	39
82	2	4	3	5	4	4	3	3	3	4	2	37
83	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	37

84	2	3	4	5	3	4	3	3	4	2	3	36
85	3	4	4	5	3	3	2	2	4	4	3	37
86	2	3	4	5	4	3	3	3	4	3	3	37
87	2	4	4	5	3	4	3	3	4	2	2	36
88	2	5	5	5	4	3	3	3	4	2	3	39
89	2	4	4	4	3	3	2	3	4	2	3	34
90	2	3	4	5	3	4	3	3	4	4	3	38
91	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	41
92	3	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	40
93	2	4	2	4	3	3	3	3	4	2	2	32
94	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3	36
95	3	5	4	4	3	3	3	3	4	3	2	37
96	3	5	4	4	2	3	3	3	4	2	3	36





55	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	40
56	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	40
57	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	38
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	50
63	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	40
64	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	40
65	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	42
66	3	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	42
67	3	3	2	4	2	3	4	4	4	3	3	3	38
68	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
69	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	40
70	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	43
71	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	44
72	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	42
73	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	40
74	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	43
75	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	41
76	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	43
77	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	42
78	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	42
79	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	39
80	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	41
81	4	3	3	4	2	4	4	4	3	2	3	3	39
82	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	38
83	3	3	3	3	2	2	3	4	4	2	4	3	36

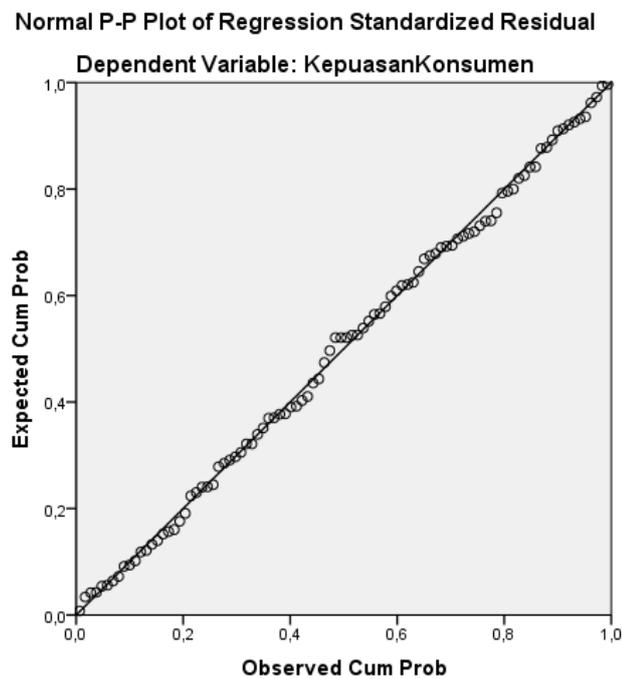
84	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	39
85	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	43
86	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	40
87	4	3	3	3	3	2	3	5	4	3	3	3	39
88	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	39
89	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	37
90	4	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	41
91	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	42
92	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	40
93	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	41
94	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	42
95	3	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	41
96	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	40

### Lampiran 18. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a</sup> ,	Std. Deviation	3,05342173
b		
Most	Absolute	,042
Extreme	Positive	,038
Differences	Negative	-,042
Test Statistic		,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

b. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah, (2022)



### Lampiran 19. Hasil Uji Linieritas

#### Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Suasana Toko	Between	(Combined)	2167,293	28	77,403	6,478	,000
	Groups	Linearity	1812,026	1	1812,026	151,641	,000
		Deviation from Linearity	355,266	27	13,158	1,101	,365
	Within Groups		800,613	67	11,949		
Total			2967,906	95			

#### Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

ANOVA Table

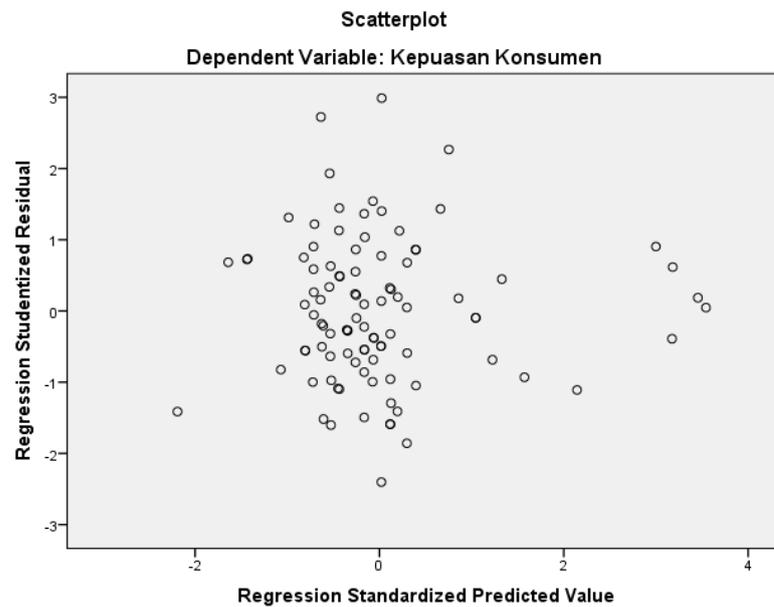
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kelengkapan Produk	Between	(Combined)	1932,875	18	107,382	7,989	,000
	Groups	Linearity	1605,755	1	1605,755	119,458	,000
		Deviation from Linearity	327,119	17	19,242	1,432	,145
	Within Groups		1035,032	77	13,442		
Total			2967,906	95			

### Lampiran 20. Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	-3,081	3,286				-,938
Suasana Toko	,422	,065	,523	6,532	,000	,528	1,893
Kelengkapan Produk	,438	,093	,376	4,704	,000	,528	1,893

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### Lampiran 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas



### Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Gletser)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,829E-16	3,286		,000	1,000
Suasana Toko	,000	,065	,000	,000	1,000
Kelengkapan Produk	,000	,093	,000	,000	1,000

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

### Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,081	3,286		-,938	,351
Suasana Toko	,422	,065	,523	6,532	,000
Kelengkapan Produk	,438	,093	,376	4,704	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### Lampiran 23. Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,081	3,286		-,938	,351
Suasana Toko	,422	,065	,523	6,532	,000
Kelengkapan Produk	,438	,093	,376	4,704	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

### Lampiran 24. Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2034,164	2	1017,082	101,301	,000 <sup>b</sup>
Residual	933,743	93	10,040		
Total	2967,906	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Suasana Toko

### Lampiran 25. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,828 <sup>a</sup>	,685	,679	3,169

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Suasana Toko

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

## Lampiran 26. Dokumentasi Penelitian

### Suasana Toko Swalayan Pemalang Permai



**Gambar 1. Warna dinding ruang Swalayan Pemalang Permai**



**Gambar 2. Terdapat speaker yang berfungsi sebagai pemutar musik**



**Gambar 3. Kipas angin blower dan ac standing di Swalayan Pemalang Permai**



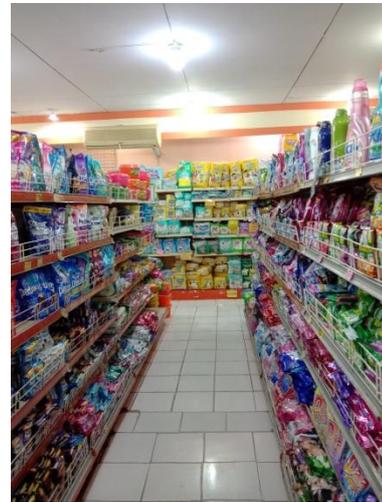


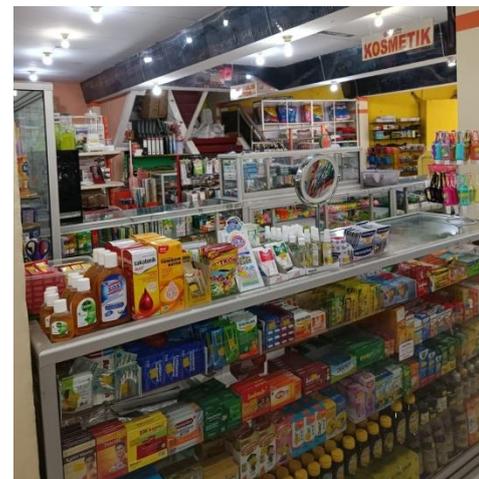
**Gambar 4. Tata letak produk Swalayan Pemalang Permai**



**Gambar 5. Foto bersama Ibu Nur selaku HRD Swalayan Pemalang Permai**

### Kelengkapan Produk dan Tata Letak Produk





**Gambar 6. Kelengkapan produk yang dijual di Swalayan Pemalang Permai**





**Gambar 7. Penataan Produk di Swalayan Pemalang Permai**



**Gambar 8. Pemberian label nama dan harga**

