

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA TOKO
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI COUNTER HP DAN CELL
WARUJAYENG KABUPATEN NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

ANDREAN ARSYANSYAH
NPM: 18.1.02.02.0140

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
UNP KEDIRI
2024**

Skripsi oleh:

ANDREAN ARSYANSYAH

NPM: 18.1.02.02.0140

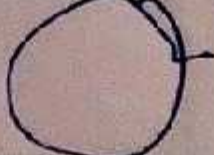
Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA TOKO
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI COUNTER HP DAN CELL
WARUJAYENG KABUPATEN NGANJUK**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada
Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

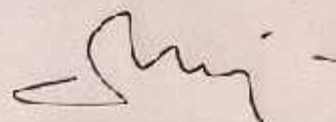
Tanggal: 20 Desember 2023

Pembimbing I



Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M.
NIDN. 0701018607

Pembimbing II



Edy Djoko Soeprajitno, S.E., M.M.
NIDN. 0715106203

Skripsi oleh:

ANDREAN ARSYANSYAH
NPM: 18.1.02.02.0140

Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA TOKO
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI COUNTER HP DAN CELL
WARUJAYENG KABUPATEN NGANJUK**

Telah Dipertahankan di Depan Panitia Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada Tanggal: 8 Januari 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M.
2. Penguji 1 : Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M.
3. Penguji 2 : Sigit Wisnu Setya Bhirawa, S.E., M.M.

Mengetahui,
Dekan FEB,


Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Andrian Arsyansyah
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tgl Lahir : Nganjuk, 27 Januari 2000
NPM : 18.1.02.02.0140
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa di dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 03 Januari 2024

Yang Menyatakan



ANDREAN ARSYANSYAH

NPM : 18.1.02.02.0140

MOTTO

“Jika kamu tidak sanggup menahan lelahnya belajar maka kamu harus sanggup menahan perihnya kebodohan.” (Imam Syafi’i)

“Jangan biarkan rasa takut kalah lebih besar daripada kegembiraan untuk menang.” (Robert Kiyosaki)

“Menyesali nasib tidak akan mengubah keadaan. Terus berkarya dan bekerjalah yang membuat kita berharga.” (Gus Dur)

“Tidak ada orang suci tanpa masa lalu, tidak ada orang berdosa tanpa masa depan.” (Augustine)

Kupersembahkan karya ini buat:

Orangtuaku tercinta yang selalu memberi dukungan dalam suka dan dukaku

Para sahabatku tersayang yang selalu mau mendengar keluh kesah hidupku

ABSTRAK

Andrean Arsyansyah: Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Toko, Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor terpenting agar pelanggan tetap membeli di sebuah toko dan tidak memilih toko lainnya. Konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih counter telepon seluler memberikan yang terbaik dengan harga murah, kualitas pelayanan terbaik dan citra baik yang mampu memuaskan pembeli. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra toko secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik asosiatif kausal, karena menganalisis sebab-akibat melalui angka. Populasinya adalah seluruh pelanggan Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk berdasarkan data tahun 2022 yang berjumlah 24.154, menggunakan teknik *simple random sampling* dan sampel sebanyak 100 responden. Menggunakan angket yang skornya diuji validitas dan reliabilitas, lalu diuji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil menunjukkan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk. Dibuktikan hasil uji-t harga $t_{hitung} 6,019 > t_{tabel} 1,985$ (sig. $0,000 < 0,05$), mendukung 4 penelitian terdahulu. Hasil uji-t kualitas pelayanan $t_{hitung} 5,030 > t_{tabel} 1,985$ (sig. $0,000 < 0,05$), mendukung 4 penelitian terdahulu. Sedangkan, citra toko berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk, Dibuktikan hasil uji-t citra toko $t_{hitung} 3,009 > t_{tabel} 1,985$ (sig. $0,732 > 0,05$), menolak 1 penelitian terdahulu. Meskipun secara simultan, variabel harga, kualitas pelayanan dan citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk. Dibuktikan hasil uji-F dengan nilai F_{hitung} sebesar $35,982 > F_{tabel} 2,699$, serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Variabel yang memiliki pengaruh yang besar dan dominan adalah harga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, berkah, serta hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Si., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Basthoumi Muslih, S.Pd., M.M., selaku dosen pembimbing I.
5. Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M., selaku dosen pembimbing II.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Teman-teman seperjuangan, yang telah banyak memberikan bantuan, semangat dan motivasi.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur, sapa, kritik dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, saya sampaikan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi pihak yang berkepentingan, khususnya bagi dunia pendidikan.

Kediri, 27 Desember 2023

ANDREAN ARSYANSYAH
NPM : 18.1.02.02.0140

DAFTAR ISI

| | halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| MOTTO | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| | |
| BAB I : PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 7 |
| C. Pembatasan Masalah | 8 |
| D. Rumusan Masalah | 8 |
| E. Tujuan Penelitian | 9 |
| F. Manfaat Penelitian | 9 |
| BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS | |
| A. Kajian Teori | 11 |
| 1. Kepuasan Pelanggan | 11 |
| 2. Harga | 17 |
| 3. Kualitas Pelayanan | 23 |
| 4. Citra Toko | 29 |
| B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu | 35 |
| C. Kerangka Berpikir | 38 |
| D. Kerangka Konseptual | 41 |
| E. Hipotesis | 42 |
| BAB III : METODE PENELITIAN | |
| A. Variabel Penelitian | 43 |
| 1. Identifikasi Variabel Penelitian | 43 |
| 2. Definisi Operasional Variabel | 44 |
| B. Pendekatan dan Teknik Penelitian | 45 |
| 1. Pendekatan Penelitian | 45 |
| 2. Teknik Penelitian | 46 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian | 46 |
| 1. Tempat Penelitian | 46 |
| 2. Waktu Penelitian | 46 |
| D. Populasi dan Sampel | 47 |
| 1. Populasi | 47 |
| 2. Sampel | 47 |

| | |
|---|-----------|
| E. Instrumen Penelitian | 48 |
| 1. Pengembangan Instrumen | 48 |
| 2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 50 |
| F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data | 53 |
| 1. Sumber Data..... | 53 |
| 2. Teknik pengumpulan data..... | 53 |
| G. Teknik Analisis Data | 54 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Gambaran Umum Subjek Penelitian | 61 |
| 1. Sejarah Singkat Dan Cell | 61 |
| 2. Visi dan Misi | 63 |
| 3. Struktur Organisasi..... | 63 |
| 4. Karakteristik Responden | 64 |
| B. Deskripsi Data Variabel..... | 71 |
| 1. Deskripsi Variabel Dependen | 71 |
| 2. Deskripsi Variabel Independen | 72 |
| C. Analisis Data..... | 77 |
| 1. Pengujian Asumsi Klasik | 72 |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda | 82 |
| 3. Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>) | 83 |
| D. Pengujian Hipotesis | 84 |
| 1. Uji-t (Uji Parsial)..... | 84 |
| 2. Uji-F (Uji Simultan)..... | 86 |
| E. Pembahasan | 87 |
| 1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan | 87 |
| 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 87 |
| 3. Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 88 |
| 4. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan | 89 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Simpulan | 90 |
| B. Saran | 90 |
| DAFTAR PUSTAKA | 92 |
| LAMPIRAN..... | 94 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | halaman |
|--|---------|
| 1.1 : Daftar Pengunjung / Pembeli Yang Datang Pada Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk Tahun 2021 dan Tahun 2022 | 4 |
| 2.1 : Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu | 36 |
| 3.1 : Pedoman Pemberian Skor | 49 |
| 3.2 : Kisi-kisi Angket Penelitian | 49 |
| 3.3 : Hasil Uji Validitas Angket Penelitian | 51 |
| 3.4 : Hasil Uji Reliabilitas Angket Penelitian | 52 |
| 4.1 : Karakteristik Jenis Kelamin Responden | 69 |
| 4.2 : Karakteristik Umur Responden..... | 70 |
| 4.3 : Karakteristik Jenis Pendidikan Responden | 71 |
| 4.4 : Karakteristik Pekerjaan Responden | 72 |
| 4.5 : Karakteristik Penghasilan Responden..... | 73 |
| 4.6 : Karakteristik Intensitas Belanja Responden | 74 |
| 4.7 : Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan | 71 |
| 4.8 : Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga..... | 73 |
| 4.9 : Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan | 74 |
| 4.10 : Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Toko..... | 76 |
| 4.11 : Hasil Uji Multikolinearitas..... | 80 |
| 4.12 : Hasil Uji Linieritas | 82 |
| 4.13 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 82 |
| 4.14 : Hasil <i>Adjusted R</i> ² | 84 |
| 4.15 : Hasil Uji-t (Parsial) | 85 |
| 4.16 : Hasil Uji-F (Simultan) | 86 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | halaman |
|--|---------|
| 2.1 : Kerangka Konseptual..... | 41 |
| 4.1 : Struktur Organisasi Dan Cell Nganjuk | 64 |
| 4.2 : Hasil Uji Normalitas | 79 |
| 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik <i>Scatterplots</i> | 81 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | halaman |
|--|---------|
| 1 : Angket Penelitian..... | 95 |
| 2 : Karakteristik Responden..... | 99 |
| 3 : Output Olahan SPSS | 103 |
| 4 : Surat Ijin Penelitian..... | 109 |
| 5 : Berita Acara Kemajuan Pembimbingan (Kartu Bimbingan) | 110 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor terpenting agar pelanggan tetap membeli di sebuah toko dan tidak memilih toko lainnya. Mencapai tingkat kepuasan pelanggan tertinggi adalah tujuan utama pemasaran. Pada kenyataannya, banyak perhatian tercurah pada konsep kepuasan total, yang implikasinya adalah mencapai kepuasan sebagian saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan setia dan kembali lagi. Ketika pelanggan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang atau jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produk-produknya (James, 2003:63).

Terpenuhinya suatu kebutuhan menciptakan suatu kenyamanan dan kenyamanan adalah kepuasan. Sayangnya, makna pemenuhan tidak lagi sejelas makna kepuasan. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Penting bagi para pelaku pasar dan mereka yang bertanggung jawab terhadap pelayanan pelanggan untuk memiliki suatu apresiasi yang solid mengenai kebutuhan-kebutuhan dan harapan-harapan pelanggan. Sebuah perusahaan bisa menghasilkan kepuasan pelanggan dengan cara memenuhi harapan. Ketika pelanggan berinteraksi dengan para pelaku bisnis, mereka mempunyai harapan-harapan tentang beberapa aspek dari interaksi tersebut dan juga tentang apa yang ditransaksikan (James, 2003:66).

Mungkin akan sangat berguna meluangkan waktu sesaat untuk sekedar memikirkan apa yang sedang ditransaksikan ketika seorang pelanggan berhubungan dengan pebisnis. Ketika pelanggan membeli suatu atau produk atau jasa mereka mengorbankan beberapa hal. Yang paling jelas adalah uang yang mereka keluarkan, tetapi banyak juga yang lainnya. Perlu juga dipertimbangkan waktu dan energi yang mereka habiskan untuk berbelanja, membanding-bandingkan barang, dan memutuskan membeli. Jika harapan-harapan pelanggan terpenuhi, mereka pada umumnya akan puas, jika melampaui dari yang diharapkan, pelanggan akan mengekspresikan kepuasan pada tingkat yang tinggi.

Pola hidup masyarakat semakin hari semakin maju, ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat seiring perkembangan zaman. Pengaruh perkembangan tersebut sangat nyata, misalnya terciptanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan kegiatannya sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi tersebut adalah semakin banyak berkembang bisnis-bisnis seperti pertumbuhan

pengguna telepon genggam atau ponsel saat ini sangat pesat. Ponsel tidak lagi dianggap sebagai barang mewah yang hanya bisa dimiliki oleh orang kaya saja. Harga ponsel yang makin terjangkau, kartu perdana dan pulsa isi ulang yang relatif murah dan mudah didapat membuat pengguna telepon seluler meningkat, sehingga salah satu usaha yang mempunyai persaingan tinggi adalah usaha di bidang counter telepon selular.

Banyaknya muncul counter telepon seluler yang menyediakan perlengkapan telepon selular mulai dari pulsa isi ulang elektrik, agen pulsa dan kartu perdana untuk semua operator dengan harga yang bersaing, serta perlengkapan telepon selular lainnya seperti aksesoris, service telepon selular, aplikasi telepon seluler, jual telepon seluler baru dan kelengkapan telepon seluler lainnya. Banyaknya counter telepon seluler membuat persaingan bisnis counter selular menjadi semakin tinggi. Maka mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih counter telepon seluler memberikan yang terbaik dengan harga murah, kualitas pelayanan terbaik dan citra baik yang mampu memuaskan pembeli. Salah satu counter telepon seluler yang merasakan dampak persaingan bisnis adalah Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk, dimana di daerah ini terdapat banyak counter selluler sebagai pesaing dari Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi Counter di antaranya akan mendorong loyalitas pelanggan dan reputasi Counter akan berdampak positif di mata masyarakat pada umumnya dan bagi pelanggan khususnya.

Berdasarkan jumlah data pembeli pada Counter Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk, dari bulan September 2021 – Juli 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Pengunjung / Pembeli Yang Datang Pada Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk Tahun 2021 dan Tahun 2022

| No. | Bulan | Volume Pengunjung | Posisi | Perubahan |
|-----|-----------|-------------------|--------|-----------|
| 1 | September | 3.218 | - | - |
| 2 | Oktober | 2.921 | Turun | 320 |
| 3 | November | 3.112 | Naik | 162 |
| 4 | Desember | 3.185 | Naik | 220 |
| 5 | Januari | 3.011 | Turun | -812 |
| 6 | Februari | 3.153 | Naik | 194 |
| 7 | Maret | 3.251 | Naik | 103 |
| 8 | April | 3.281 | Naik | -49 |
| 9 | Mei | 2.992 | Turun | -266 |
| 10 | Juni | 2.861 | Turun | -190 |
| 11 | Juli | 2.761 | Turun | -241 |

Sumber: Data Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk

Tabel di atas memperlihatkan adanya penurunan jumlah pelanggan pada Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk, yaitu pada bulan Mei 2022 sampai bulan Juli 2022. Hal ini tentunya bisa berdampak negatif bagi perkembangan usaha, karena adanya kecenderungan konsumen untuk tidak membeli pada Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Lupiyoadi mengatakan bahwa dalam menentukan kepuasan pelanggan terdapat lima faktor yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya (Lupiyoadi, 2016:173). Berbagai faktor yang mendasari pelanggan untuk memilih tempat belanjanya, dan yang paling menjadi pertimbangan adalah tingkat harga. Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk

atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Budianto, 2015:256). Pelanggan akan membeli sebuah produk yang diinginkannya berdasarkan harga yang ditawarkan. Harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap penjualan, oleh karena itu wajar ketika pelanggan ingin membeli sebuah produk dengan mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh beberapa pasar. Karena harga juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penetapan harga sebagai elemen bauran pemasaran dan perencanaan pemasaran akan menentukan posisi disuatu pasar serta laba yang dapat dihasilkan oleh produk tersebut. Hasil riset terdahulu memperkuat teori yang dikemukakan yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Sidiq & Kasidin, 2021; Darmawan et al., 2020; Faradisa & Sadiqin, 2021; Basri et al., 2023). Namun, penelitian lain membuktikan hasil berbeda yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Sinollah et al., 2022).

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu penentu kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik bertujuan agar pelanggan merasa puas setelah berbelanja di toko tersebut. Pelanggan yang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan cenderung akan selalu berbelanja ditempat yang sama, bahkan enggan untuk berpindah ke tempat lain. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan harus disesuaikan dengan suatu standart yang layak, sehingga

dianggap sebagai suatu kondisi yang sehat untuk tujuan atau pemakaian, memiliki keselarasan dengan spesifikasi, kebebasan dengan segala kekurangannya, membentuk kepuasan pelanggan, memiliki kredibilitas yang tinggi dan merupakan kebanggaan (Yong & Yun, 2013:146). Hasil riset terdahulu memperkuat teori yang dikemukakan yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sidiq & Kasidin, 2021; Darmawan et al., 2020; Faradisa & Sadiqin, 2021; Basri et al., 2023).

Citra toko juga merupakan salah satu faktor penentu agar pelanggan tetap membeli produk yang diinginkannya di toko yang sama. Sebelum pelanggan memasuki toko untuk membeli, pelanggan mungkin akan berubah pikiran dengan perasaan yang salah, awalnya mungkin mereka tidak berniat masuk toko pada akhirnya masuk dan membeli karena citra baik dari tampilan jendela atau suasana yang diciptakan (Sumarwan et al., 2013:222). Untuk menghadapi persaingan dalam bidang pemasaran yang semakin ketat, sangat penting bagi peritel mengembangkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Keunggulan kompetitif berkelanjutan tersebut adalah membentuk citra yang baik di benak pelanggan maupun publik karena citra toko dapat mempengaruhi proses kepuasan mereka dalam membeli. Hasil riset terdahulu memperkuat teori yang dikemukakan yang menunjukkan bahwa citra toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Ranto, 2017).

Berdasarkan latar belakang dan adanya kesenjangan hasil dalam riset terdahulu yang telah dipaparkan di atas, maka perlu dilakukannya penelitian

lanjutan untuk meninjau kembali fenomena tersebut mengenai judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, antara lain:

1. Harga yang dikeluarkan konsumen untuk membeli HP di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk masih tinggi dan kurangnya pemberian diskon atau potongan harga.
2. Pelayanan yang diterima konsumen counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk kurang maksimal, misalnya konsumen banyak mengalami ketidakpuasan dari penjelasan dari produk HP yang berada di counter tersebut.
3. Masyarakat mulai tertarik dengan keberadaan counter-counter HP yang berada supermarket di kawasan Warujayeng Kabupaten Nganjuk yang memberikan harga, pelayanan dan kualitas HP yang bagus, sehingga memberikan citra counter HP Dan Cell Warujayeng yang kurang baik.
4. Semakin sedikit pelanggan counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk mencerminkan kurang puasnya pelanggan counter.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah ini dimaksudkan agar ruang lingkup penelitian ini jelas dan terarah. Adapun batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti mengenai harga, kualitas pelayanan, citra toko, dan kepuasan pelanggan Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.
2. Penelitian ini dilakukan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.
3. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka perumusan masalah ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk?
3. Apakah citra toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan dan citra toko berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah penulis rumuskan di atas, maka ada beberapa tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra toko terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.
4. Menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan dan citra toko secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Counter HP Dan Cell Warujayeng Kabupaten Nganjuk.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah manfaat teoritis dan manfaat praktis, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis

Diharapkan dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dan sebagai proses belajar yang terus menerus untuk mendapatkan ilmu.

b. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman terkait faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan akan lebih bijak dalam melakukan pembelian, memberikan sumbangan pemikiran kepada pelanggan sehingga diharapkan dapat diaplikasikan di kehidupan sehari-hari, dapat membantu pelanggan agar mampu memilih harga, kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang baik untuk dapat memaksimalkan tingkat kepuasan konsumsi pelanggan, dengan penelitian ini masyarakat akan menjadi konsumen yang cerdas dalam memenuhi kebutuhannya/konsumsinya.

c. Bagi Universitas

Memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemilik Toko/Counter

Memberikan informasi terkait faktor apa saja yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga akan memberikan kesempatan para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca dan dapat memberikan informasi bagi penelitian lain yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya, A. B. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Basri, H., Ma'mun, M. Y., & Malihah, L. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen : Studi Toko Ponsel Sahabat Selluler Martapura. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 99–113. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.2284>
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardika, A. A. N. Y. M. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 74-82.
- Dharmmesta, S. B., & Handoko, T. H. 2017. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi III. Yogyakarta: BPFPE.
- Faradisa, S. D., & Sadiqin, A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Counter Farah Cell. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 2(1), 56–61. Retrieved from <https://www.embiss.com/index.php/embiss/article/view/62>
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- James, B. G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jasfar, F. 2011. *Manajemen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Joesron. 2005. *Manajemen Strategis Koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis di Indonesia*, cet 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (3 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moenir, H. A. S. 2016. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution. 2014. *Metode Research: Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Parasuraman A. V. 2001. *Delivering Quality Service*, Terj. Sutanto. New York: The Free Press.
- Ranto, D. W. P. 2017. Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan*

- Akuntansi*, 4(2). Retrieved from
- Ridwan, M. A., et al. 2013. *Pengantar Mikro dan Makro Islam*. Bandung: Citrapustaka Media.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanusi, A. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sidiq, A. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone di Karesidenan Surakarta. *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.12, No. 2, 1-15.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sinollah, Wahidah, S. M., Khoiriyah N. 2022. Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Handphone. *Journal of Islamic Business and Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 1, 1-6.
- Soemirat, & Ardianto. 2017. *Dasar-dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Sopiah, & Syihabudin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Stemvelt, R. C. 2004. *Perception of Service Quality*, Terj. Purwoko. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiarto, E. 2002. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Sumarwan, U. et al. 2013. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, D. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Edisi Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2017. *Pemasaran Strategik*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (ed.). 2016. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijaya, T. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*, Cetakan Ke-2. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Yamit, Z. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Yong, C. Z., & Yun, Y. W. L. 2013. *The Quest for Global Quality*, Terj. Sutanto Jakarta: Pustaka Delepratasa.