

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN *WORD
OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO
BANGUNAN PRATAMA KEDIRI**

SKRIPSI

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



OLEH :

RAMA DWI FAJARUDIN

NPM : 18.1.02.02.0220

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

2023

Skripsi Oleh :

RAMA DWI FAJARUDIN

NPM : 18.1.02.02.0220

Judul :

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN *WORD*
OF MOUTH PADA TOKO BANGUNAN PRATAMA KEDIRI**

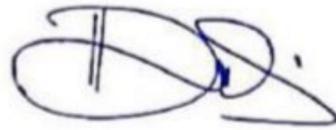
Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal: 7 Desember 2022

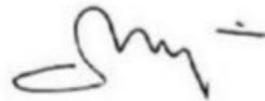
Dosen Pembimbing I



DHIYAN SEPTA WIHARA, M.M

NIDN. 0730098401

Dosen Pembimbing II



EDY DJOKO S., M.M.

NIDN. 0715106203

Skripsi oleh:
RAMA DWI FAJARUDIN

NPM: 18.1.02.02.0220

Judul:

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN *WORD*
OF MOUTH PADA TOKO BANGUNAN PRATAMA KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Pada tanggal 10 Januari 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dhiyan Septa Wihara, M.M.
2. Penguji I : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak
3. Penguji II : Edy Djoko S., M.M.



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. SUBAGYO, M.M.
NIDN.0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Rama Dwi Fajarudin
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl.lahir : Kediri, 01 Desember 1998
NPM : 18.1.02.02.0220
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa 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, 10 November 2022

Yang Menyatakan,



Rama Dwi Fajarudin

NPM: 18.1.02.02.0220

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Berikan yang terbaik mengenai hal apapun, jangan lakukan setengah-setengah.

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk:

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk, Ayahanda. Terima kasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini. Lalu teruntuk Bunda, terima kasih juga atas limpahan doa yang tak berkesudahan. Serta segala hal yang telah Bunda lakukan, semua yang terbaik.

ABSTRAK

Rama Dwi Fajarudin : Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kualitas produk, *word of mouth*, kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Toko Bangunan Pratama Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Toko Bangunan Pratama Kediri dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan *software SPSS for windows versi 25*. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) *Word of mouth* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) Kualitas pelayanan, kualitas produk dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri” 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 yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dhiyan Septa Wihara, M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penelitian.
5. Edy Djoko S., M.M., selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penelitian.

6. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan proposal ini.

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

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 10 November 2022

RAMA DWI FAJARUDIN

NPM. 18.1.02.02.0220

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Teori	10
1. Kepuasan Konsumen	10
2. Kualitas Pelayanan.....	12
3. Kualitas Produk	14
4. <i>Word of Mouth</i> (WOM)	16
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Berpikir	21
D. Kerangka Konseptual	23
E. Hipotesis	24

BAB III : METODE PENELITIAN.....	25
A. Variabel Penelitian	25
1. Identifikasi Variabel Penelitian	25
2. Definisi Operasional Variabel	26
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	29
1. Pendekatan Penelitian	29
2. Teknik Penelitian.....	30
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
1. Tempat Penelitian	30
2. Waktu Penelitian.....	30
D. Populasi dan Sampel	31
1. Populasi Penelitian.....	31
2. Sampel Penelitian	31
3. Teknik Sampling.....	31
E. Instrumen Penelitian.....	32
1. Pengembangan Instrumen	32
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	34
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	38
1. Sumber Data.....	38
2. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Analisis Data	40
1. Uji Asumsi Klasik.....	40
2. Analisis Regresi Linear Berganda	42
3. Uji Hipotesis.....	43
4. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	44
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	45
1. Gambaran Umum Perusahaan	45
2. Visi dan Misi	46
3. Struktur Organisasi	46
B. Deskripsi Data Variabel	49
1. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan	50

2.	Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	52
3.	Deskripsi Data Variabel Word of Mouth.....	54
4.	Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen	56
C.	Hasil Analisis Data Kuantitatif	58
1.	Uji Asumsi Klasik.....	58
2.	Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda.....	61
3.	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	62
D.	Pengujian Hipotesis.....	63
1.	Uji T (Uji Parsial)	63
2.	Uji F (Uji Simultan).....	66
E.	Pembahasan	67
1.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.....	67
2.	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen	67
3.	Pengaruh <i>word of mouth</i> terhadap kepuasan konsumen.....	68
4.	Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan <i>word of mouth</i> terhadap kepuasan konsumen.....	69
BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....		70
A.	Simpulan.....	70
B.	Implikasi	70
C.	Saran.....	71
1.	Bagi Perusahaan	71
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya	72
DAFTAR PUSTAKA.....		73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual.....	23
4.1 Struktur Organisasi Toko Bangunan Pratama	48
4.2 Uji Normalitas	58
4.3 Uji Heteroskedastisitas	60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	18
3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	33
3.2 Hasil Uji Validitas	36
3.3 Hasil Uji Reliabilitas	38
4.1 Rentang Skala Rata-Rata.....	49
4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang X1	50
4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang X2	52
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang X3	54
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Y	56
4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
4.7 Hasil Regresi Linear	61
4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	63
4.9 Hasil Uji t	64
4.10 Hasil Uji F	66

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Halaman
1 Surat Ijin Penelitian	75
2 Kuesioner Penelitian	76
3 Tabulasi Data.....	79
4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83
5 Output Analisis Regresi Linear Berganda	87
6 Berita Acara.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan era globalisasi seperti saat ini banyak sekali terdapat toko-toko modern salah satunya toko bangunan yang semakin banyak perubahan, seperti tampilan toko yang dibuat lebih bagus dari toko bangunan pada umumnya dan tentu produk yang dijual di toko bangunan modern sekarang lebih bervariasi mulai dari kualitas hingga harga. Hal yang perlu disiapkan untuk menghadapi atau mengantisipasi agar toko bangunan tradisional masih bisa bersaing dengan toko bangunan yang modern yaitu dengan cara meningkatkan kegiatan pemasaran.

Pada dasarnya toko mempunyai tujuan untuk tetap tumbuh dan berkembang, hal ini dapat dicapai dengan mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan toko tersebut. Hal tersebut dapat dilakukan jika toko mampu memanfaatkan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga toko mampu bersaing dengan toko-toko bangunan yang lebih modern lainnya.

Toko Bangunan Pratama Kediri bergerak dalam bidang bisnis penjualan bahan bangunan dan alat konstruksi. Toko bangunan tersebut menjual berbagai bahan dan alat dalam pembangunan, berupa semen, aneka kayu, pasir, paku, cat, besi *fondasi*, batako, palu, sekop dan masih banyak lagi. Toko bangunan ini juga melayani pengantaran bahan material yang telah dipesan sesuai alamat yang dituju. Toko tersebut menyediakan alat konstruksi dan bahan bangunan yang lengkap seperti yang diketahui banyak orang serta cukup terkenal.

Meski demikian persaingan di dunia bisnis terus berlanjut, karena toko tersebut bukan satu-satunya toko yang menjual bahan bangunan, melainkan masih banyak toko-toko lain yang juga menjual barang yang sama dan membuka usaha yang sama. Keadaan ini menuntut pemilik toko tersebut untuk mencari strategi yang dapat meningkatkan penjualan serta pemasaran alat konstruksi dan bahan bangunan. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang penting bagi perusahaan dagang ataupun jasa.

Penggunaan strategi pemasaran yang menarik dan baik akan meningkatkan keunggulan kualitas perusahaan tersebut. Selain hal tersebut perusahaan juga harus memperhatikan hal lain yang berkaitan dengan pemasaran yaitu pelayanan, promosi, penentuan harga dan lokasi, produk dan lain-lain. Bagi sebuah bisnis dan perusahaan keberadaan konsumen tentunya sangat penting karena mereka adalah pasar dari produk yang ditawarkan. Dalam membangun sebuah usaha hal yang paling penting adalah tercapainya kepuasan konsumen, karena ketika konsumen merasa puas maka mereka akan menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Hal ini akan berimbas baik kepada keberlangsungan sebuah usaha.

Menurut Kurniasih (2021:2), kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan kebutuhan dan keinginan pelanggan tercapai, sehingga pelanggan merasakan produk dan jasa yang digunakan tidak berbeda dengan yang diharapkan. Salah satu contoh kepuasan konsumen dapat dilihat dari beberapa sering konsumen menggunakan produk tersebut. Tanpa disadari konsumen

yang melakukan pembelian berulang dapat dikatakan puas dengan pelayanan maupun produk yang diberikan.

Kualitas pelayanan pada pemasaran adalah suatu hal yang penting ketika suatu perusahaan memiliki pelayan yang baik terhadap konsumennya, selain memperoleh barang yang mereka inginkan konsumen akan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan. Dalam hal ini toko Bangunan Pratama Kediri sudah memberikan pelayan yang baik kepada konsumennya tetapi masih ada keluhan dari konsumen mengenai pelayanan yang kurang. Seperti sistem pembayaran yang masih manual atau masih menggunakan nota kontan, hal ini akan berimbas jika terjadi kesalahan dalam penulisan transaksi. Diharapkan toko bangunan Pratama Kediri ini bisa mengganti sistem pencatatan dan transaksinya menggunakan komputerisasi sehingga data-data pembelian bisa di simpan di dalam komputer untuk memudahkan proses pencatatan.

Dalam berbagai kasus banyak pebisnis yang hanya mempertimbangkan sedikit hal untuk mengukur kepuasan pelanggan, contoh dengan memaksimalkan kualitas produk tanpa mempertimbangkan kualitas pelayanan. Banyak konsumen yang awalnya merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan karena memang memiliki kualitas yang baik namun merasa kecewa dengan pelayanan yang mereka terima. Sebagai dampaknya para konsumen akan merasa malas untuk melakukan pembelian ulang, alangkah baiknya jika memberikan pelayanan yang menyenangkan dan responsif kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Anggita (2020) menyatakan bahwa Kualitas

Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffeenatics Medan.

Saat ini perkembangan dunia bisnis telah mengalami banyak kemajuan yang cukup pesat sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Dengan adanya fenomena tersebut perusahaan didorong untuk menciptakan produk yang dapat bersaing di pasaran. Produk dengan kualitas yang tinggi adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan.

Pelanggan adalah konsumen dari produk yang dipasarkan yang akan melakukan pembelian berulang karena merasa puas. Salah satu kepuasan konsumen disebabkan karena mereka mendapatkan produk yang sesuai atau melebihi apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu jika menginginkan kepuasan konsumen yang tinggi maka pebisnis atau perusahaan harus menjaga kualitas produk tersebut.

Menurut Shandy Widjoyo (2014), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan nilai pada pelanggan yang paling unggul dan yang sesuai atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting selain kualitas pelayanan, konsumen tentu menginginkan produk yang mereka beli memiliki kualitas yang baik sesuai dengan harga yang telah mereka keluarkan untuk produk tersebut. Dalam toko bangunan Pratama Kediri ini memiliki produk gawang cor yang lebih diunggulkan ketimbang produk-produk buatan yang lain.

Toko bangunan Pratama Kediri juga mengklaim bahwa produk gawang cor nya ini kuat dan anti rayap, tetapi diharapkan toko bangunan Pratama

Kediri ini juga memperhatikan kualitas dari produk yang lain. Hal ini dikarenakan tidak semua konsumen yang datang untuk membeli gawang cor, konsumen akan membeli sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu kualitas produk yang lain yang ada di toko bangunan Pratama Kediri juga harus diperhatikan jangan hanya terfokus pada satu produk, karena jika semua produk yang dijual memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang dijual oleh toko bangunan Pratama Kediri ini. Berdasarkan hasil penelitian Alhilal Hamdi dan Raymond (2020) mendapatkan hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Di Kota Batam.

Menurut Ester (2015), *Word of Mouth* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa perpindahan informasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) merupakan salah satu saluran komunikasi yang sering digunakan perusahaan. Komunikasi ini terbilang cukup mudah dan tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal untuk menerapkannya tetapi mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Tetapi di era yang semakin modern seperti saat ini promosi menggunakan media *Word of Mouth* saja tidaklah cukup tanpa adanya media yang lain. Kasus ini dialami oleh toko bangunan Pratama Kediri yang hanya menggunakan *Word of Mouth* dalam mempromosikan tokonya, hal ini berakibat dengan sedikitnya konsumen yang berkunjung di toko tersebut. Alangkah baiknya jika

pihak pemilik toko lebih meningkatkan strategi promosi untuk menarik konsumen datang ke toko bangunan Pratama Kediri tersebut.

Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan produk yang mereka terima, mereka akan cenderung menceritakan pengalamannya dan merekomendasikannya kepada orang lain. Pelanggan secara tidak langsung akan berbicara kepada orang lain, hal ini secara tidak langsung merupakan promosi yang gratis bagi perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Word of Mouth* merupakan salah satu komponen penting dalam melakukan promosi, sehingga dapat dikatakan bahwa *Word of Mouth* merupakan variabel penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian Upik (2019) menunjukkan bahwa variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Herbal Soman.

Hal yang baru dalam penelitian ini yaitu gabungan antara variabel-variabel yang masih sedikit digunakan dalam meneliti sebuah toko bangunan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan menggunakan variabel ini, karena sudah banyak penelitian yang menggunakan variabel seperti promosi, lokasi, harga dan produk. Pembaruan variabel yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka peneliti mengambil judul **Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Pratama Kediri.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan peneliti dapat diidentifikasi bahwa:

1. Kualitas pelayanan di toko bangunan Pratama Kediri masih kurang, seperti system pembayaran yang masih manual atau masih menggunakan nota kontan, hal ini akan berimbas jika terjadi kesalahan dalam penulisan transaksi.
2. Kualitas produk di toko bangunan Pratama Kediri ini memiliki produk gawang cor yang lebih di unggulkan ketimbang produk-produk buatan yang lain. Seharusnya kualitas produk yang lain yang ada di toko bangunan Pratama Kediri juga harus diperhatikan jangan hanya terfokus pada satu produk.
3. Di era yang semakin modern seperti saat ini promosi menggunakan media *Word of Mouth* saja tidaklah cukup tanpa adanya media yang lain. Kasus ini dialami oleh toko bangunan Pratama Kediri yang hanya menggunakan *Word of Mouth* dalam mempromosikan tokonya.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini dibatasi dalam ruang lingkup masalah penelitian yang hanya difokuskan pada masalah kualitas pelayanan, kualitas produk, *word of mouth* dan kepuasan konsumen. Responden pada penelitian ini adalah konsumen Toko Bangunan Pratama.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara parsial?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara parsial?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara parsial?
4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara simultan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara parsial.
2. Untuk menganalisis besarnya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara parsial.
3. Untuk menganalisis besarnya pengaruh *word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara parsial.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Bangunan Pratama Kediri secara simultan.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan baik secara operasional maupun secara akademik. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi karya tulis ilmiah yang sangat bermanfaat untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam memperdalam ilmu serta referensi bagi peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi, wawasan serta masukan untuk menjawab permasalahan yang terjadi mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap kepuasan konsumen pada toko bangunan Pratama Kediri. Sehingga toko bangunan Pratama Kediri dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk serta *word of mouth* supaya lebih memuaskan konsumen untuk mempertahankan tingkat layanan yang menguntungkan di masa kini dan masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldiana, U. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Wom Terhadap Kepuasan Konsumen*. 1(1), 71–83.
- Batam, D. I. K., & Hamdi, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang Di Kota Batam*. 5.
- Cahyani, F. G. (2016). *1 Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. 5(2007), 1–19.
- Fikri, S. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik universitas Merdeka Malang)*.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Halin, H. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada Pt Semen Baturaja (Persero) Tbk*. 3, 167–182.
- Kumara, D. (2021). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt limas prima steel kota tangerang*. 4(4), 681–690.
- Quluk, K. (2018). *Pengaruh WOM dan Harga serta Kualitas Produk Galvalum terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Mitra Kontruksi Lumajang*. 1(September), 141–155.
- Riyanto, D. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan Telur Abadi Kabupaen Tulungagung*. 01(05).
- Saputra, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment*. 9(September), 21–31.

- Sinaga, A. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffeenatics Medan*. 6(1).
- Siswanto, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Soonlee Metalindo Perkasa*. 5, 249–261.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.