

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN,
ATRIBUT PRODUK DAN LOKASI TOKO
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA BUTIK *STAGE MY FASHION* DI
NGALIYAN SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**YUNITA ENDAH ARIYANI
NIM. 12010114120060**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Yunita Endah Ariyani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120060
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, ATRIBUT PRODUK DAN LOKASI TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA BUTIK *STAGE MY FASHION* DI NGALIYAN SEMARANG**
Dosen Pembimbing : I Made Bayu Dirgantara, SE., MM.

Semarang, 9 Juli 2018

Dosen Pembimbing



(I Made Bayu Dirgantara, SE., MM.)

NIP. 196908152001121002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Yunita Endah Ariyani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010114120060
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, ATRIBUT PRODUK DAN LOKASI TOKO TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA BUTIK *STAGE MY FASHION* DI NGALIYAN SEMARANG**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 30 Juli 2018

Tim Penguji

1. I Made Bayu Dirgantara, SE., MM  (.....)

2. Imroatul Khasanah, SE., MM.  (.....)

3. Dr. Hj. Yoestini, M.Si  (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Yunita Endah Ariyani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Atribut Produk dan Lokasi Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik *Stage My Fashion* di Ngaliyan Semarang**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 9 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Yunita Endah Ariyani

NIM : 12010114120060

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Man Jadda Wa Jada”

Barang siapa bersungguh-sungguh pasti akan mendapatkannya

“Never Stop Learning Because Life Never Stop Teaching”

Anonymous

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya, Bapak Darji dan Ibu Esti Subekti
dan ketiga kakak saya Hermawan, Hendrawan dan Daniar Lingga
yang telah mendoakan saya, memberi semangat dan dukungan
setiap harinya

ABSTRACT

The current retail business especially in clothing boutiques, is increasingly causing intense competition among boutique owners. The purpose of this study is to determine the effect of service quality, product attributes and store location to customer satisfaction and its impact on repurchase intention at Stage My Fashion boutique.

This research uses non probability sampling technique with purposive sampling method. The samples in this study were 150 respondents. The population of the study was all consumers who had ever done purchase transaction at Stage My Fashion boutique. The method of collecting data through questionnaires. This study uses analytical techniques of Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 22.0 as the analysis instrument.

The results of this study indicate that product attributes, store location, service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction, customer satisfaction also have a positive and significant effect on the repurchase intention.

Keywords: Service Quality, Product Attributes, Store Location, Customer Satisfaction, Repurchase Intention

ABSTRAK

Bisnis retail saat ini terutama pada butik pakaian menjadi meningkat menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat antar pemilik butik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, atribut produk dan lokasi toko terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap minat beli ulang pada butik *Stage My Fashion*.

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel diambil sebanyak 150 responden. Populasi dari penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian di butik *Stage My Fashion*. Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Model Persamaan Struktural dengan AMOS 22.0 sebagai instrumen analisis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk, lokasi toko, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Atribut Produk, Lokasi Toko, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Atribut Produk dan Lokasi Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik *Stage My Fashion* di Ngaliyan Semarang**”. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Darji dan Ibu Esti Subekti serta ketiga kakak saya, Mas Hermawan, Mas Hendrawan dan Mbak Lingga yang tiada hentinya memberikan doa, kasih sayang, dukungan dan semangat.
3. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Bapak I Made Bayu Dirgantara, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Drs. Budi Sudaryanto, MT. selaku Dosen Wali yang telah memberikan ilmu dan nasehatnya selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan ini.

8. Joko Sandi W selaku pemilik butik *Stage My Fashion* yang sudah bersedia memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
9. *My Partner*, Muhammad Ilham yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan doa, motivasi, dukungan dan setia menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat selama perkuliahan yang memberikan semangat dan motivasi di setiap harinya Aristya Murti Koentari Asih, Farah Adlina, Firdha Apsyari.
11. Sahabat sejak SMP, Tanya Lastianing dan Aimay Adhine yang senantiasa memberi dukungan dan semangat.
12. Teman-teman yang mengajari saya dalam pengolahan AMOS, Roro Ratih F dan Roza Azizah P.
13. Teman seperbimbingan saya yang selalu memberi semangat, Nadya Restu Triani
14. Teman-teman KKN TIM II Desa Pamriyan, Kecamatan Gemuh, Kabupaten Kendal, Dian, Claudia, Satya, Viky, Nesya, Adi, dan Farras yang selalu memberikan motivasi.
15. Seluruh teman-teman Manajemen Universitas Diponegoro angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat kekeluargaan, keceriaan, dan canda tawanya selama kuliah.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 9 Juli 2018



Yunita Endah Ariyani

NIM. 12010114120060

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Minat Beli Ulang	16
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3 Atribut Produk	19
2.1.4 Lokasi Toko	21
2.1.5 Kualitas Layanan	22
2.2 Hubungan Variabel Independen dan Dependen	24
2.2.1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan pelanggan	24
2.2.2 Pengaruh Lokasi Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan	26

2.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	.28
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	.31
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis33
BAB III METODE PENELITIAN34
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional34
3.1.1 Variabel Bebas34
3.1.2 Variabel Mediasi36
3.1.3 Variabel Terikat36
3.2 Populasi dan Sampel37
3.3 Jenis dan Sumber Data39
3.4 Metode Pengumpulan Data39
3.5 Metode Analisis Data40
3.5.1 Langkah Pemodelan dan Analisis Persamaan Struktural41
3.6 Variabel Hipotesis dan Indikator Variabel46
BAB IV HASIL DAN ANALISIS47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian47
4.1.1 Gambaran Umum <i>Stage My Fashion</i>47
4.1.2 Gambaran Umum Responden48
4.1.2.1 Identitas Responden48
4.2 Analisis Data52
4.3 Interpretasi Hasil53
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori53
4.3.1.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	...53
4.3.1.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	..55
4.3.2 Analisis Full Model Persamaan Struktural57
4.3.3 Hasil Uji Validitas Konvergen59
4.3.4 Uji Normalitas Data60
4.3.5 Hasil Uji <i>Outlier</i>62
4.3.6 Hasil Uji Hipotesis65
BAB V KESIMPULAN67
5.1 Simpulan67

5.2 Implikasi Teoritis	69
5.3 Implikasi Manajerial	70
5.4 Keterbatasan Penelitian	74
5.5 Saran Bagi Penelitian Yang Akan Datang	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Butik Pakaian Wanita di Ngaliyan Semarang	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Produk <i>Stage My Fashion</i> di Ngaliyan Semarang Bulan September 2016 – Agustus 2017.....	5
Tabel 1.3 Data Pendapatan Penjualan produk <i>Stage My Fashion</i> di Ngaliyan Semarang Bulan September 2016 – Agustus 2017.....	6
Tabel 1.4 Daftar Keluhan pelanggan pada Butik Pakaian <i>Stage My Fashion</i> di Ngaliyan Semarang	7
Tabel 3.1 Rentang Skala Likert yang Digunakan Dalam Penelitian	40
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden	49
Tabel 4.2 Hasil Indeks Pengujian Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	54
Tabel 4.3 <i>Regression Weight</i> Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	54
Tabel 4.4 Hasil Indeks Pengujian Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	56
Tabel 4.5 <i>Regression Weight</i> Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	56
Tabel 4.6 Hasil Indeks Pengujian Analisis Faktor Konfirmatori Full Model	58
Tabel 4.7 <i>Regression Weight</i> Model Persamaan Struktural	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.9 Mahalonobis Distance	62
Tabel 4.10 <i>Estimation Parameter Regression Weights</i>	65
Tabel 5.1 Saran Bagi Perusahaan	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	33
Gambar 3.1 Variabel Hipotesis dan Indikator Variabel	46
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	51
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran per Hari	52
Gambar 4.5 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	53
Gambar 4.6 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	55
Gambar 4.7 Full Model Persamaan Struktural	57
Gambar 4.8 Uji Validitas dengan Uji Validitas Konvergen	60

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A LEMBAR KUESIONER PENELITIAN.....	83
LAMPIRAN B TABULASI DATA.....	90
LAMPIRAN C REKAPITULASI JAWABAN PERTANYAAN TERBUKA KUESIONER PENELITIAN.....	97
LAMPIRAN D OUTPUT HASIL ANALISIS DATA.....	140

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk individu yang selalu mengalami perubahan. Perubahan tersebut mutlak terjadi dan tidak dapat lepas begitu saja. Perubahan yang dimaksud yaitu perubahan di zaman serba modern seperti sekarang ini yang dapat berdampak pada gaya hidup masyarakat. Gaya hidup dan kebutuhan manusia yang serba modern sudah merupakan suatu kebiasaan dan akan terus berkembang dikarenakan tuntutan zaman. Begitu juga dengan membaiknya perekonomian Indonesia, gaya hidup dapat meningkatkan daya beli dan konsumsi masyarakat. Oleh sebab itu tidak heran jika saat ini banyak yang mendirikan bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang tidak ada habisnya. Salah satu usaha yang berhubungan dengan perubahan zaman yang serba modern yaitu pendirian bisnis ritel. Bisnis ritel adalah suatu kegiatan usaha untuk menjualkan barang dagangannya secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggan akhir. Levi dan Weitz (2009) menyatakan bahwa bisnis ritel didefinisikan sebagai serangkaian tindakan bisnis yang memberi nilai tambah pada produk dan layanan yang dijual oleh organisasi kepada pelanggan untuk penggunaan pribadi atau keluarga.

Salah satu pasar potensial bagi bisnis ritel modern saat ini yaitu Indonesia. Bisnis ritel di Indonesia termasuk yang berkembangnya paling cepat dibandingkan di negara lain dan pemerintah mengaku akan terus mendukung perkembangan tersebut (Zuraya, 2017). Banyaknya pendirian bisnis ritel di Indonesia

mengakibatkan adanya persaingan ketat antar pendiri usaha. Penyebabnya dikarenakan kemampuan konsumsi dan daya beli pelanggan dari tahun ke tahun selalu meningkat. Tujuan utamanya yaitu agar dapat menarik hati pelanggan serta meningkatkan penjualan guna mencapai keuntungan bisnis. Maka dari itu jika daya beli pelanggan meningkat tidak hanya berdampak pada bisnis ritel namun juga perekonomian Indonesia.

Setiap manusia tidak hanya membutuhkan kebutuhan primer seperti makanan untuk keberlangsungan hidupnya, namun juga perlunya berpakaian agar dapat melindungi diri dan menumbuhkan rasa kepercayaan diri. Tren berbusana setiap periode selalu berputar. Mode sudah menjadi bagian dari gaya hidup hampir semua orang. Hal ini yang kemudian akan menjadi peluang besar bagi para pebisnis untuk membuka butik pakaian khususnya bagi para wanita. Wanita tidak dapat terlepas dari apa yang dikenakan. Model pakaian tren terbaru menjadi incaran para kaum hawa untuk menunjang penampilan mereka. Oleh karena itu pendirian butik pakaian merupakan bisnis yang menjanjikan selain bisnis makanan yang menjadi kebutuhan utama. Walaupun banyak terjadi persaingan bisnis, pemilik butik harus memiliki strategi khusus untuk mengundang banyak pelanggan menjadi pelanggan dalam butik tersebut. Mengetahui perubahan gaya hidup manusia setiap tahunnya dapat menjadi salah satu strategi khusus agar pemilik butik dapat terus bersaing dalam meningkatkan perekonomian mereka. Berikut tabel butik pakaian wanita yang terdapat di wilayah Ngaliyan, Semarang:

Tabel 1.1
Butik Pakaian Wanita di Ngaliyan Semarang

No.	Nama Butik	Alamat
1	Batik Prasetyo	Perum Koveri, Jalan Mega Permai I no 21 Beringin, Ngaliyan
2	Toko Fashion Zadisa	Jalan Candi 8 RT 12 RW 3 Kalipancur, Ngaliyan
3	Clothing Store Dier 41	Jalan Prof. Dr. Hamka no 41 Tambakaji, Ngaliyan
4	Berry Boutique Shop	Jalan Tambakaji Raya no 5 Tambakaji, Ngaliyan
5	Modhesh Lan's	Jalan Prof. Dr. Hamka Blok AF Purwoyoso, Ngaliyan
6	Diyan Harmoni Fashion	Jalan Candi Kencana Raya Kalipancur, Ngaliyan
7	Toko Fatimah	Jalan Srikaton Timur 1 Purwoyoso, Ngaliyan
8	Java Distro	Jalan Prof. Dr. Hamka Ruko Segitiga Emas no A8, Ngaliyan
9	City Mode	Jalan Ngaliyan no 10A Tambakaji, Ngaliyan
10	Stage My Fashion	Perum BPI Blok A no 2, Ngaliyan
11	Shaqila House	Raya Kav III, Jalan Candi Penataran Kalipancur, Ngaliyan
12	Fani House (House of Fashion)	Jalan Prof. Dr. Hamka Tambakaji, Ngaliyan

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Banyaknya pesaing mengakibatkan pemilik toko harus berusaha keras melakukan suatu perubahan yang berbeda dengan membuat inovasi-inovasi agar pelanggan merasa tertarik dan tidak jenuh dengan produk produk yang dijual. Maka sebelum melakukan inovasi, pemilik toko harus mengetahui segmentasi dan target yang menjadi sasaran agar produk yang dijual dapat dikenal dan menjadi laris dipasaran. Pada dasarnya inovasi merupakan suatu ide yang berisi terobosan yang belum pernah ada dan diteliti sebelumnya. Inovasi memunculkan strategi-strategi baru agar butik pakaian dapat mencapai kemenangan dalam berbisnis. Strategi diciptakan untuk memenuhi kepuasan pelanggan sehingga memunculkan rasa niat pada pelanggan untuk membeli produk tersebut. Sebelum membeli produk setiap pelanggan menilai keunggulan suatu produk, pelanggan menetapkan beberapa keunggulan sebelum membeli produk yang dibutuhkan, bila pelanggan secara tidak disengaja tidak menemukan keunggulan yang dirasakan maka mereka beralih ke produk, maka ini menjadi kerugian besar perusahaan kehilangan pelanggannya

(Saleem, *et al.*, 2015). Kepuasan pelanggan sangat penting bagi keberhasilan toko karena hal ini merupakan pendorong utama fenomena pasca pembelian, seperti niat membeli kembali (Fang, Chiu dan Wang, 2011). Jika produk tersebut baik maka akan ada niat dari pelanggan untuk membeli ulang atas produk yang dijual tersebut.

Bisnis ritel yang saat ini sedang menjamur di Jawa Tengah terutama kota Semarang yaitu butik pakaian. Terbukti seperti yang dikatakan oleh Kepala Grup Advisory dan Pengembangan Ekonomi Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Tengah, Rahmat Dwi Saputra bahwa di Jawa Tengah ada peningkatan indeks keyakinan pelanggan mengenai bisnis ritel dimana pada bulan September berada pada 132,57 poin lebih rendah daripada bulan Agustus yaitu 132,22 poin (Purbaya, 2017). Peningkatan produk pakaian menjadi pesat dari tahun ke tahun mengakibatkan para pelaku bisnis harus selalu menggunakan kreativitasnya dalam membuat berbagai model yang berbeda. Hal tersebut yang menjadi alasan munculnya berbagai gaya berbusana sehingga pelanggan tertarik dan ada niat untuk membeli. Maka dari itu pemilik butik harus selalu mengikuti keinginan pelanggan agar meningkatkan pendapatan dari butik. Berikut adalah data penjualan pakaian wanita di butik pakaian *Stage My Fashion*:

Tabel 1.2
Data Penjualan Produk *Stage My Fashion* di Ngaliyan Semarang
Bulan September 2016 – Agustus 2017

Bulan/Tahun	Item
September 2016	1638
Oktober 2016	1011
November 2016	892
Desember 2016	3782
Januari 2017	2811
Februari 2017	2702
Maret 2017	2742
April 2017	1765
Mei 2017	4132
Juni 2017	8347
Juli 2017	3108
Agustus 2017	2537

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Dari data diatas dapat diketahui bahwa terjadi penurunan penjualan produk berturut-turut pada bulan September 2016 sampai dengan bulan November 2016. Hal tersebut terjadi lagi pada bulan Desember 2016 sampai dengan bulan Februari 2017. Begitu juga pada bulan Juni 2017 sampai dengan bulan Agustus 2017. Kenaikan dan penurunan penjualan produk menyebabkan adanya ketidakstabilan. Dapat dilihat bahwa penjualan produk tertinggi yaitu sebesar 8.347 terjadi baru-baru ini pada bulan Juni 2017 dan penjualan produk terendah yaitu 892 pada bulan November 2016.

Kenaikan dan penurunan dalam penjualan produk berdampak pada pendapatan yang dihasilkan dari butik *Stage My Fashion*. Walaupun harga yang diberikan terjangkau, butik *Stage My Fashion* dapat dikatakan memiliki ketidakstabilan pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk. Hal inilah yang dapat menjadi permasalahan di lapangan. Berikut data pendapatan kotor dari hasil penjualan produk butik *Stage My Fashion* :

Tabel 1.3
Data Pendapatan Penjualan Produk *Stage My Fashion* di Ngaliyan Semarang
Bulan September 2016 – Agustus 2017

Bulan/ Tahun	Omset	Naik/ Turun
September 2016	126,837,150	-
Oktober 2016	102,070,000	(-) 24,767,150
November 2016	78,910,200	(-) 23,159,800
Desember 2016	295,898,650	(+) 216,988,450
Januari 2017	217,334,850	(-) 78,563,800
Februari 2017	204,105,000	(-) 13,229,850
Maret 2017	215,329,450	(+) 11,224,450
April 2017	156,531,000	(-) 58,798,450
Mei 2017	341,138,940	(+) 184,607,940
Juni 2017	748,706,250	(+) 407,567,310
Juli 2017	246,337,700	(-) 502,368,550
Agustus 2017	184,819,650	(-) 61,518,050

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa butik *Stage My Fashion* mempunyai pendapatan penjualan yang belum stabil karena terjadi penurunan dan peningkatan penjualan. Ketidakstabilan dapat ketahui pada bulan Oktober - November 2016 yang mana terjadi penurunan pendapatan lalu pada bulan Desember terjadi kenaikan yang drastis. Sama halnya terjadi pada bulan Januari - Februari 2017 dimana adanya penurunan dan kenaikan pada bulan Maret 2017. Pendapatan penjualan tertinggi terjadi baru-baru ini pada bulan Juni 2017 dan pendapatan penjualan terendah terjadi pada bulan November 2016.

Perusahaan dapat dikatakan berhasil jika pelanggan loyal terhadap mereka, dimana untuk mendapatkan loyalitas tersebut kepuasan pelanggan sangat diperlukan guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Terjadinya ketidakstabilan pada penjualan produk dari butik *Stage My Fashion* berdampak terhadap pendapatan yang diperoleh setiap bulannya. Hal inilah yang mengakibatkan banyaknya keluhan-keluhan karena ketidakpuasan yang dialami

oleh pelanggan. Pelanggan yang tidak puas akan melakukan tindakan untuk mencari informasi produk lain yang lebih unggul dan terbaik atau bahkan memengaruhi orang lain untuk tidak membeli produk tersebut sehingga dapat menurunkan penjualan. Berikut adalah data keluhan pelanggan yang terjadi sepanjang pertengahan tahun 2016 sampai dengan pertengahan tahun 2017 di butik *Stage My Fashion* :

Tabel 1.4
Daftar Keluhan Pelanggan Pada Butik Pakaian *Stage My Fashion* di Ngalayan Semarang

No	Keluhan Pelanggan	Persentase (%)
1	Butik belum bisa melayani secara online	11%
2	Stok pakaian dengan model dan warna tertentu cenderung sedikit	9%
3	Lokasi toko yang jauh dari pusat kota Semarang	34%
4	Terbatasnya ukuran pakaian	19%
5	Respon lambat dari admin di <i>instagram</i> dalam membalas pesan	27%

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Berdasarkan data diatas mengenai keluhan pelanggan bahwa terdapat beberapa hal yang membuat pelanggan merasa tidak puas. Atas keluhan yang dirasakan oleh pelanggan, butik *Stage My Fashion* dirasa belum mampu melayani pelanggan dengan baik. Keluhan seperti belum mampu melayani penjualan secara on line melalui aplikasi *instagram*, tidak mampu membalas seluruh pertanyaan dari pelanggan yang dilayangkan kepada akun butik yang bertanya mengenai ukuran, ragam dan warna dari produk, sedikitnya stok pakaian dengan model tertentu, warna dan juga ukuran produk yang dijual masih sangat terbatas, serta lokasi toko yang jauh dari pusat kota Semarang menjadi alasan bagi pelanggan untuk tidak pergi ke butik. Maka dari itu perlu adanya peningkatan kualitas layanan agar

pelanggan merasa puas saat membeli produk. Pengembangan produk dari berbagai sisi juga diperlukan guna menambah manfaat dari produk di berbagai unsur. Pemilihan lokasi toko yang tepat dapat berguna untuk menarik para pembeli dari berbagai wilayah.

Semakin banyak pelanggan yang ingin membeli produk butik, maka untuk dapat memenangkan persaingan kualitas layanan menjadi suatu hal yang sangat penting. Sejatinya kualitas layanan mempunyai kemampuan bersaing dan hubungan langsung dengan tingkat keuntungan perusahaan, oleh sebab itu kualitas layanan membutuhkan perhatian besar dari pemilik bisnis. Suatu nilai tambah dapat diperoleh dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan pelanggan dari kualitas layanan yang diberikan oleh bisnis tersebut. Saravanan dan Rao (2007) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah premis kepuasan pelanggan dan merupakan hal yang sangat penting karena hubungannya erat dengan biaya, kinerja keuangan, dan retensi pelanggan, serta merupakan solusi potensial untuk isu-isu yang berkaitan dengan perilaku pelanggan atau manajemen sumber daya manusia. Penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan merupakan informasi penting bagi penyedia layanan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis, memperkuat kompetensi inti dan memposisikan diri mereka lebih strategis di pasar (Law, Hui dan Zhao, 2004). Valmohammadi (2011) menyatakan bahwa untuk mengukur kualitas layanan telah dikembangkan instrumen yang disebut *SERVQUAL* terdiri dari lima dimensi : kehandalan, daya tanggap, kualitas, empati dan kepastian. Badrudin, *et al.* (2012) menyatakan bahwa kepuasan pada pelanggan tergantung oleh beberapa faktor seperti kualitas dari fasilitas berwujud, respon dan empati staf

terhadap permintaan dan kebutuhan pelanggan, konsistensi kualitas layanan, dan keakuratan informasi. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan. Apabila layanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat dikatakan kualitas layanannya baik dan memuaskan. Begitu juga sebaliknya jika layanan yang diterima oleh pelanggan tidak sesuai atau berlawanan dari apa yang diharapkan maka kualitas layanannya buruk.

Pelanggan yang pernah melakukan pembelian harus mencermati variabel yang memungkinkan dirinya dalam melakukan pembelian ulang. Pengalaman membeli dan mengonsumsi suatu produk pada akhirnya akan menimbulkan kesan pelanggan secara positif atau negatif dan dampaknya terhadap pengambilan keputusan apakah pelanggan tetap melakukan aktivitas untuk membeli produk tersebut kembali atau beralih ke yang lain. Oleh karena itu perlunya strategi untuk dapat memuaskan pelanggan yaitu dengan memperhatikan atribut produk. Gwin, *et al.* (2003) mendefinisikan atribut produk sebagai karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek dan mencakup fitur intrinsik dan ekstrinsik. Pelanggan mencari produk yang memiliki atribut sesuai dengan yang diinginkan agar dapat memenuhi kebutuhan mereka. Pentingnya pelanggan memiliki produk berdasarkan atributnya agar dapat membantu pemasar untuk memahami mengapa beberapa pelanggan memiliki preferensi untuk merek tertentu.

Dalam mendirikan suatu bisnis salah satu tujuan utamanya yaitu memperoleh keuntungan dari hasil penjualan produk untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Pemilik bisnis harus menggunakan strategi yang tepat guna untuk

menguasai pangsa pasar. Hal ini berguna untuk menarik pelanggan baru serta dapat mempertahankan pelanggan lama agar tidak merasa bosan. Guna mencapai keuntungan yang maksimal dan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, faktor yang perlu diperhatikan yaitu dalam pemilihan lokasi bisnis yang tepat. Nesset, Nervik dan Helgesen (2012) menyatakan bahwa lokasi toko adalah hal yang sangat penting bagi keberhasilan pengecer. Seringkali dinyatakan bahwa lokasi merupakan faktor kesuksesan dalam membuka bisnis ritel karena lokasi yang baik memungkinkan akses yang mudah dijangkau dan menarik pelanggan dalam jumlah besar ke toko. Lokasi toko biasanya menentukan siapa yang akan menjadi target pelanggan. Pemilihan lokasi yang salah ataupun benar bisa menjadi perbedaan antara kegagalan dan kesuksesan dibangunnya sebuah bisnis (Roslin dan Rosnan, 2012). Levy dan Weitz (2007) menyatakan bahwa keputusan dalam pemilihan lokasi memiliki kepentingan strategis karena dapat digunakan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pemilik perlu mempertimbangkan beberapa faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap lokasi tersebut seperti faktor ekonomi, budaya, demografis di masa yang akan datang. Pemilihan lokasi yang baik akan berdampak kuat pada kemampulabaan sebuah usaha dan pada pangsa pasar.

Memuaskan pelanggan adalah keinginan dari sebuah perusahaan. Memuaskan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat meningkatkan profitabilitas atau keuntungan perusahaan dengan mengembangkan retensi pada pelanggan dan mempunyai efek langsung terhadap minat beli ulang (Hume dan Mort, 2010). Kepuasan yang

dirasakan oleh pelanggan dalam membeli produk atau jasa dirasa sangat penting. Pelanggan akan merasa puas jika keinginan yang diharapkan oleh pelanggan terpenuhi sehingga di masa yang akan datang menimbulkan minat pembelian ulang. Sebaliknya, ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan mengakibatkan menurunnya penjualan sehingga akan menurunkan minat beli ulang dan pelanggan dapat beralih ke pesaing.

Persaingan bisnis yang semakin ketat menjadikan kepuasan pelanggan menjadi tujuan utamanya. Pelanggan akan bersedia menjaga hubungannya dengan penyedia layanan jika dilayani dengan kualitas layanan yang baik sehingga nantinya akan memenuhi harapan pelanggan dan berpengaruh terhadap minat beli ulang (Saleem, Zahra, dan Yaseen, 2017). Rachman dan Yuniati (2014) menyatakan bahwa faktor penggerak utama kepuasan pelanggan yaitu kualitas layanan dan lokasi. Kualitas layanan dan lokasi yang baik mempengaruhi kepuasan tersendiri yang dirasakan oleh pelanggan sehingga menciptakan niat untuk membeli kembali produk. Disamping kualitas layanan dan lokasi, terdapat dimensi lain yang merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan setelah pelanggan melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk atau jasa yaitu atribut produk (Rajab dan Suprihhadi, 2016). Lokasi, kualitas layanan dan atribut produk adalah suatu bentuk nilai kepuasan pelanggan. Pelanggan merupakan faktor kunci bagi perusahaan karena jika pelanggan merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang.

Berbeda dengan penelitian-penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, beberapa penelitian berikut ini menyatakan hasil yang sebaliknya atau negatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Rana, Oman and Islam (2014) menyatakan tidak adanya hubungan positif antara lokasi dan kepuasan pelanggan karena fasilitas parkir yang kurang menyebabkan kemacetan terjadi dimana-mana. Matzler, et al. (2004) menyatakan bahwa beberapa kinerja dimensi dari atribut produk dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Bao (2015) menyatakan bahwa kualitas layanan tidak memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan pelanggan dikarenakan inovasi untuk peningkatan kualitas layanan sangat terbatas karena situs sudah menyediakan berbagai layanan yang dibutuhkan pelanggan. Di sisi lain kualitas layanan di berbagai toko ritel telah meningkat dan tidak ada perbedaan yang signifikan pada kualitas layanan mereka. Menyusul penelitian yang dilakukan Tektas, Eryigit dan Ekmekci (2017) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang dikarenakan gaya berpikir seseorang dalam menggunakan produk pada tingkat lintas budaya memiliki perbedaan. Penilaian individu terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting sehingga jika respon yang diharapkan oleh pemilik bisnis kepada pelanggan positif maka dapat berpotensi menciptakan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Atribut Produk, dan Lokasi Toko Terhadap Kepuasan pelanggan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang pada Butik *Stage My Fashion*, Ngaliyan Semarang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang di atas dapat diketahui bahwa terjadi ketidakstabilan penjualan dan pendapatan yang diterima oleh Butik atau *Outlet Stage My Fashion*, penyebabnya dikarenakan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Ketidakpuasan pelanggan didasarkan pada keluhan-keluhan yang dialami pelanggan mengenai kualitas layanan, kualitas produk dan lokasi toko. Hal ini dapat mengindikasikan minat beli ulang yang dilakukan oleh pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik masalah penelitian “Apa yang membuat pelanggan merasa puas sehingga dapat melakukan pembelian ulang pada produk di butik *Stage My Fashion*?”. Dari rumusan masalah di atas maka timbul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah atribut produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah lokasi toko berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli ulang?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh atribut produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi toko terhadap kepuasan pelanggan.

3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan, di antara lain sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan permasalahan kualitas layanan, atribut produk, lokasi toko, kepuasan pelanggan serta minat beli ulang suatu produk.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian nantinya diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang pada pelanggan.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi serta dapat menjadi perbandingan dan referensi pada penelitian selanjutnya.

1.4. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan yaitu sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai uraian masalah yang terdapat pada latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang menjadi pendukung dan acuan pada penelitian ini. Bab II membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai defisini operasional dari variabel penelitian, sampel dan populasi yang digunakan, jenis dan metode pengumpulan data yang diperlukan, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil uraian deskripsi dari objek penelitian yang telah dilakukan serta hasil analisis yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta uraian mengenai keterbatasan yang dialami penulis serta saran-saran yang berhubungan tentang penelitian tersebut.