

PENGARUH KELENGKAPAN VARIASI DAN KUALITAS FISIK BUKU

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BUKU TAMAN

PINTAR BOOK STORE

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Ade yunus

Nomor Mahasiswa : 144114979

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

YOGYAKARTA

2018

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul:

**“PENGARUH KELENGKAPAN VARIASI DAN KUALITAS FISIK BUKU
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BUKU TAMAN
PINTAR BOOK STORE”**

Disusun oleh :

Nama : Ade Yunus

Nomer Mahasiswa : 144114979

Jurusan : Manajemen

Yogyakarta, 14 Agustus 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Drs.H. Jazuli Akhmad, M.M

LEMBAR PERNYATAAN PLAGIARISME.

Dengan ini saya,

Nama : **Ade Yunus**

Nomer Mahasiswa : 144114979

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KELENGKAPAN VARIASI DAN KUALITAS FISIK BUKU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BUKU TAMAN PINTAR BOOK STORE”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga 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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,Agustus 2018

Ade Yunus

**PENGARUH KELENGKAPAN VARIASI DAN KUALITAS FISIK BUKU
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BUKU TAMAN
PINTAR
BOOK STORE**

Oleh:
Ade Yunus
144114979

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: 1) Kelengkapan variasi buku terhadap kepuasan konsumen di toko buku Taman Pintar Book Store, 2) Kualitas fisik buku terhadap kepuasan konsumen di toko buku Taman Pintar Book Store, 3) Kelengkapan variasi buku dan kualitas fisik buku terhadap kepuasan konsumen di toko buku Taman Pintar Book Store.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen taman pintar book store tahun 2018, yaitu sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *probability sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Kelengkapan variasi buku berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return Saham*, 2) Kualitas fisik buku berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return Saham*, 3) Kelengkapan variasi buku dan kualitas fisik buku berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di toko buku Taman Pintar Book Store.

Kata Kunci: Kelengkapan variasi Buku, Kualitas fisik buku, Kepuasan Konsumen.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua orang tuaku tercinta,

Atas dukungan dan kerja keras mereka,

Atas doa dan semangat mereka,

Atas bimbingan dan pengorbanan mereka,

Atas cinta dan kasih mereka,

Atas segalanya terimakasih bapak dan ibuku.

STIE Widya Wivaha
Jangan Plagiat

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama ALLAH SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Kelengkapan variasi Dan Kualitas fisik buku Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Buku Taman Pintar Book Store. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat untuk menyelesaikan program S1 di STIE WIDYA WIWAHA.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Drs. Muhammad Subhan, MM., selaku Ketua STIE Widya Wiwaha.
2. Dila Damayanti, SE, MM., selaku Kajar Manajemen.
3. Bapak Drs.H. Jazuli Akhmad, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
4. Semua Dosen dan Karyawan STIE Widya Wiwaha.
5. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil, serta do'a dan kasih sayangnya.
6. Sahabat-sahabat karibku seperjuangan "manajemen 2013", Budi, Dika, Dewik, Mediana, dan masih banyak lagi yang tidak sempat aku tulis, tak akan pernah aku lupakan kebersamaan kita yang penuh canda, tawa, tangis dan saling suport dan mendoakan, semoga kebahagiaan kita mengalir di dunia dan di akhirat.
7. Lukisan kecil di kamar yang selalu menyemangatiku.

8. Dan semua pihak yang telah membantu, sehingga selesainya penulisan skripsi ini.

Semoga kebaikan dan keiklasan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi penulis sendiri dan tentunya bagi para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta,

Penulis,

Ade Yunus

Nim 144114979

**STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat**

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PLAGIARISME	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Pertanyaan penelitian	4
1.4 Tujuan penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
BAB II TELAAH PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Pengertian dan teori kepuasan konsumen	7
2.2 Kerangka Teoritis	9
2.3 Hipotesis	9
2.4 Penelitian Terdahulu	10
BAB III METODELOGI PENELITIAN	12
3.1 Jenis penelitian	12
3.2 Lokasi penelitian	12
3.3 Sumber data	12
3.4 Teknik pengumpulan data	12
3.4.1 Observasi.....	12
3.4.2 Kuesioner	13
3.5 Populasi dan Sampel	13
3.5.1 Populasi.....	13
3.5.2 Sampel.....	14

3.6	Definisi Operasional	14
3.6.1	Kepuasan Konsumen.....	14
3.6.2	Kualitas Produk.....	14
3.6.3	Kelengkapan variasi Produk.....	15
3.7	Teknik analisis data	15
3.7.1	Uji Instrumen Data	15
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	17
3.7.3	Uji Hipotesis.....	20
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Gambaran Toko Buku Taman Pintar Book Store	24
4.2	Gambaran Umum Responden	25
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia	27
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	29
4.3	Hasil Analisis Data	30
4.3.1	Uji Validitas	30
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	34
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	35
4.3.4	Analisis Regresi Linear Sederhana	40
4.3.5	Analisis Regresi Linear Berganda	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		47
5.1	Kesimpulan	47
5.2	Saran	48
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN		52

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia.....	27
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	29
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan variasi.....	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas variabel Kualitas.....	32
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas variabel Kepuasan.....	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelengkapan variasi.....	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas variabel Kualitas.....	35
Tabel 4.10 Hasil Analisis Normalitas.....	36
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji Multikolinieritas.....	37
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji Autokorelasi.....	38
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji Heteros.....	39
Tabel 4.14 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi(R^2)	40
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji t kelengkapan variasi buku.....	41
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji t kualitas fisik buku.....	42
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi(R^2)	45
Tabel 4.19 Hasil Analisis Uji F.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Konsumen	8
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritis	9
Gambar 4. 1 Hasil Scatterplot.....	39

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Buku adalah jendela ilmu. Dengan membaca buku akan banyak ilmu kita dapatkan. Banyak orang berilmu membagi ilmu yang dikuasainya dengan menuliskannya dalam bentuk buku. Dari membaca bukunya itu kita akan tahu ilmu yang dibagikannya. Semakin banyak membaca isi bukunya, maka semakin tahulah kita ilmu yang sudah dituliskannya. Kita pun mengambil pelajaran penting dari apa yang dituliskannya. Bila tulisannya sangat mencerahkan, biasanya kita akan terhanyut dengan apa-apa yang disampaikan oleh penulisnya.

Begitu banyak buku tertata rapi di toko buku. Tentu ada judul buku yang menggoda hati. Kita pun sebagai calon pembeli berusaha mencari buku yang memikat hati dan sesuai kebutuhan kita saat itu. Kita dihadapkan kepada keputusan untuk membeli buku terbaik sesuai dengan isi kantong. Yogyakarta merupakan kota pelajar dengan banyak sekolah dan universitas yang secara langsung masyarakat luar kota datang ke Yogyakarta untuk melanjutkan kuliahnya di universitas tertentu, tidak heran jika pelaku bisnis buku menjadikan kota ini sebagai pasar potensial hal itu bisa dilihat dari bermunculannya sekolah tinggi yang ada di Yogyakarta

Karena banyaknya kampus-kampus di Yogyakarta tentu konsumen berhak memilih membeli buku di tempat mana saja, dan tentunya dipengaruhi oleh kualitas dan kelengkapan variasi buku untuk konsumen melakukan keputusan pembelian untuk itu toko buku harus menarik perhatian konsumen dengan

memberikan sesuatu yang berbeda dengan toko buku yang lain. Semakin berkembangnya macam-macam toko buku maka persaingan di usaha sejenis akan semakin timbul. Keputusan pembelian adalah buah dari usaha yang dilakukan penjual hal ini menjadi semangat para penjual karena dengan banyak yang dijual tentu akan mendapatkan keuntungan dan pangsa pasar yang lebih luas. Keputusan pembelian tergantung kepada penjual yang meyakinkan konsumen. Toko buku dituntut untuk menawarkan yang lebih terhadap masyarakat, mulai dari varian buku yang lengkap, tempat yang nyaman, variasi buku yang lengkap dan fasilitas pendukung lainnya semua nilai tambah yang diberikan dimaksudkan agar mempertahankan loyalitas pelanggan dan memberikan kepuasan pada konsumen yang diharapkan konsumen dapat membeli ulang dan merekomendasikan kepada yang lain

Taman Pintar Book Store adalah kumpulan toko buku yang beralamat di kompleks taman pintar jalan sriwedari no 1 Ngupasan Gondomanan Yogyakarta Taman Pintar Book Store menyediakan berbagai buku pendamping dari SD hingga Perguruan Tinggi ada juga Nover- novel sehingga sekmenya lengkap. Buku-buku yang dijual di Taman Pintar Book Store cukup lengkap mulai dari buku pelajaran novel agama kesehatan pendidikan walaupun pelayanan yang masih tradisional tentu itu membuat ciri khas taman pintyar book store yang sangat berbeda dengan toko buku lainnya

Toko buku di Taman Pintar Book Store selalu memberikan pelayanan yang ramah agar konsumen tidak kecewa, selalu memberikan pilihan buku yang dicari konsumen dan dituntut memberikan kesan yang baik pada konsumen. Suasana di Taman Pintar Book Store tidak terlalu bising jadi sangat nyaman untuk memilih

buku di utara toko juga ada masjid, dan juga disediakan kursi-kursi untuk membaca buku serta wifi akses. Taman Pintar Book Store bermaksud untuk memberikan kenyamanan untuk pengunjung yang datang di Taman Pintar Book Store

Tak jauh beda dengan toko buku yang lain Taman Pintar Book Store juga memberikan fasilitas tambahan seperti food court, masjid yang berada di antara toko dan wifi akses serta kursi untuk membaca buku serta fasilitas parkir yang cukup luas sehingga mempermudah konsumen untuk datang ke Taman Pintar Book Store. Taman Pintar Book Store selalu memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan pelanggan tetap dan meningkatkan potensi pelanggan baru untuk mencapai target itu taman pintar bookstore harus memberikan kesan baik pada konsumen hal ini dikarenakan masih ada saja kesan buruk yang diterima konsumen seperti judul buku yang tidak ada, serta ada beberapa buku yang mudah copot lemnya pihak Taman Pintar Book Store harus melakukan evaluasi agar masalah tersebut tidak terulang agar tidak berdampak buruk di jumlah pengunjung dan volume penjualan

Jumlah konsumen yang berkunjung sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan karena bagi perusahaan konsumen adalah sumber pemasukan semakin banyak konsumen yang berkunjung dan membeli akan memberikan keuntungan atau pemasukan bagi perusahaan sebaliknya semakin sedikit konsumen yang datang semakin sedikit pula pemasukan yang didapat perusahaan

Berdasarkan pada uraian di atas maka dalam penelitian ini ingin mengetahui lebih lanjut mengenai “PENGARUH KELENGKAPAN VARIASI DAN

KUALITAS FISIK BUKU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TAMAN PINTAR BOOK STORE YOGYAKARTA”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah rendahnya kelengkapan buku dan rendahnya kualitas fisik buku di toko buku Taman Pintar Book Store

1.3 Pertanyaan penelitian

1. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi referensi-referensi untuk penelitian lanjutan yang dilaksanakan kedepanya dan menambah pengetahuan di bidang manajemen

2. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi dan masukan yang dapat dijadikan pertimbangan pengambiln kebijakan perusahaan serta referensi langkah perbaikan di masa yang akan datang

3. Bagi Peneliti

Sebagai acuan untuk menilai sejauh mana kemampuan peneliti dan menganalisis permasalahan dengan mempergunakan ilmu yang sudah diperoleh selama kuliah

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menstimulasi permintaan atas produk atau jasa dan memastikan produk dijual dan disampaikan kepada para pelanggan (Vankatesh & Panaloza 2006:4).

Kotler dan Armstrong (2008:6) mendefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses social dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu, kita mendefinisikan pemasaran (marketing) sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalanya.

Menurut Kotler (1997) pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

2.1.2 Pengertian dan teori kepuasan konsumen

a. Pengertian kepuasan konsumen

Persaingan yang semakin ketat dimana banyak produsen yang terlibat pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus berorientasi pada kepuasan sebagai tujuan utama.

Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberi nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas sehingga konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak.

Pakar- pakar memberikan definisi mengenai kepuasan konsumen diantaranya adalah:

1. Day (dalam Tse dan Wilton,1998) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dan ketidak puasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiann (Fandy Tjiptono,2000, hal. 146).
2. Engel et al. (1990) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya (Fandy Tjiptono, 2000, hal. 146).

3. Kotler (1994) melandaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Fandy Tjiptono, 2000, hal 146).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja hasil yang dirasakan. Menurut (Fandy Tjiptono, 2000, hal 147) secara konseptual kepuasan konsumen secara rinci dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1

Konsep kepuasan konsumen

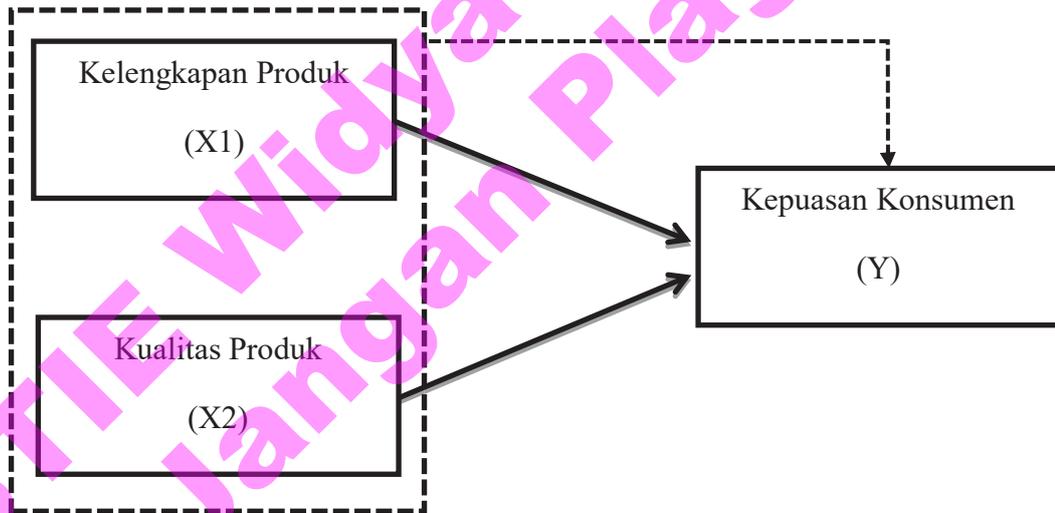


sumber : manajemen jasa (fandy tjipto,2000, hal. 147)

b. Teori kepuasan konsumen

Menurut kotler et.al (1996) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (fandy Tjiptono, 1989, hal 24). Dari definisi diatas maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

2.2 Kerangka Teoritis



Gambar 2. 2

Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis penelitian yang akan diuji adalah sebagai berikut

H1: Kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

H2: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

H3: Kelengkapan produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

2.4 Penelitian Terdahulu

2.4.1 Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu tentang citra merek dan keputusan pembelian: Yang Pertama, Lumban Gaol (2009) judul skripsi “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Oriflame”. Pada penelitian ini penulis menetapkan batasan operasional yaitu variabel bebas (X) yaitu faktor - faktor pembelian yang terdiri dari kebutuhan (X1), pendapatan (X2), harga (X3), kualitas (X4), merek (X5). Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian produk kosmetik Oriflame. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas (kebutuhan, pendapatan, harga, kualitas dan merek) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian produk kosmetik oriflame). Hasil analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda menyatakan bahwa faktor kebutuhan, faktor pendapatan, faktor harga, faktor kualitas dan faktor merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik oriflame dan secara parsial kelima faktor tersebut berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik oriflame.

2.4.2 Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Handayati (2016) yang bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Pong-Pong Cafe. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 responden. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh kuat terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas produk dan promosi mempunyai pengaruh sedang terhadap kepuasan konsumen.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field study research) yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, di mana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel saja dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya, (Sugiono:2008)

3.2 Lokasi penelitian

Kompleks Taman Pintar jalan Sriwedari no 1 ngupasan gondomanan Yogyakarta (Taman Pintar Book Store)

3.3 Sumber data

Sumber data yang diperoleh adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari informan yaitu konsumen Taman Pintar Book Store melalui observasi, wawancara dan kuesioner

3.4 Teknik pengumpulan data

3.4.1 Observasi

Observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan data secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian dengan melihat pedoman sebagai instrumen pengamatan yang ditunjukkan kepada konsumen terkait dengan metode wawancara

3.4.2 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari para responden (orang-orang yang menjawab). (Koentjaraningrat: 1994). Kuesioner merupakan daftar pertanyaan atau pertanyaan tertutup atau terbuka yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini diberikan kepada calon konsumen toko buku Taman Pintar Book Store Yogyakarta. skala yang digunakan dalam penelitian kuesioner ini adalah skala likert yaitu skala yang berisi empat tingkat preferensi jawaban responden dengan pilihan sebagai berikut, (Ghozali: 2006):

1. SS = Sangat setuju (4)
2. S = Setuju (3)
3. TS = Tidak setuju (2)
4. STS = Sangat tidak setuju (1)

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulanya (Sugiyono, 2001:72). Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang melakukan pembelian ke taman pintar book store selama penelitian ini berlangsung.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2001:73) dalam melakukan teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan metode *probability sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Spesifikasi metode *probability sampling* yang dipakai peneliti adalah *simple random sampling*, yakni teknik penentuan sampel tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi sugyono,(2001: 78) jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden

3.6 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini digunakan definisi operasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

3.6.1 Kepuasan Konsumen

Yaitu respon konsumen setelah melakukan pembelian buku di taman pintar book store yogyakarta, kemudian membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

3.6.2 Kualitas Produk

Kualitas produk dalam hali ini adalah penjilitan buku yang didalamnya ada beberapa indikator yaitu kekuatan lem pada buku,

kualitas kertas yang dipilih , ketajaman tinta print serta finising yang presisi

3.6.3 Kelengkapan variasi Produk

Kelengkapan variasi produk dalam hal ini yaitu segala jenis buku yang di jual di toko buku taman pintar book store, dari buku pelajaran, pendidikan, ekonomi, kesehatan, teknik dan lain-lain berdasarkan kebutuhan konsumen.

3.7 Teknik analisis data

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Kegiatan dalam analisis data adalah cara menganalisis data dengan tujuan mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat datanya dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Yaitu dengan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. (Alin dan Abdurahman, hlm 52) data yang diperoleh dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan software SPSS versi 23. untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, maka diperlukan pengujian, yaitu:

3.7.1 Uji Instrumen Data

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005).

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas butir kuesioner indikatornya adalah:

- 1) Jika r hitung positif dari r hitung $>$ r tabel, maka butir kuesioner atau variabel tersebut dikatakan valid.
- 2) Jika r hitung tidak positif dari r hitung $>$ r tabel, maka butir kuesioner atau variabel tersebut dikatakan tidak valid.

$$r = \frac{n(\Sigma X) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\sqrt{(n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

keterangan:

- r : Koefisien Korelasi
- X : Nilai butir X
- Y : Nilai butir Y
- n : Jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana satu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian adanya kesalahan pengukuran itu cukup besar. Untuk mengetahui hasil penelitian pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran sangat diperhitungkan. (sugiyono).

Teknik untuk mengukur reliabilitas instrumen dengan menggunakan skala Linkert dapat menggunakan rumus alpha cronbach (yuke:2002) sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{(k - 1)} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrument
- k = Banyak butir pertanyaan

$$\begin{aligned}\Sigma\sigma_b^2 &= \text{Jumlah variabel butir} \\ \sigma^2t &= \text{Varian total}\end{aligned}$$

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen, dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011: 160). Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan Uji *Kolmogrov-Smirnov*. Uji *Kolmogrov-Smirnov* menggunakan bantuan SPSS untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak dilihat pada baris *Asymph Sig (2-tailed)*.

Data penelitian ini dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asymph Sig (2-tailed)* variabel residual berada di atas 0,05 atau 5%. Sebaliknya, jika nilai *Asymph Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05 atau 5% maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas.

3.7.2.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah data dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen atau tidak (Ghozali, 2011: 105). Menurut Widarjono (2009) model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antarvariabel independen. Jika terdapat korelasi yang tinggi antara variabel independen tersebut, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi terganggu.

Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi, dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Apabila antarvariabel independen terdapat nilai korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90 atau 90%), maka terdapat indikasi adanya multikolinieritas.
- 3) Mengamati nilai *tolerance* dan *Varian Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* digunakan untuk mengukur variabelitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut-off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* $\geq 0,30$ atau sama dengan $VIF \leq 30$. Apabila hasil regresi memiliki nilai VIF tidak lebih dari 30, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas dalam model regresi (Ghozali, 2011: 108).

3.7.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan kesalahan pada periode t dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, terdapat indikasi masalah autokorelasi (Ghozali, 2011: 110). Masalah ini muncul pada data yang didasarkan waktu berkala seperti bulanan atau tahunan. Dalam model analisis regresi linier berganda juga

harus bebas dari autokorelasi. Model regresi yang baik yaitu regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu dengan menggunakan Uji *Durbin Watson* (*D-W test*). Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H_0 = tidak ada autokorelasi ($r=0$)

H_a = ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Berdasarkan Uji *Statistic Durbin Watson*, pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi berdasarkan pada ketentuan berikut:

Tabel 3. Pengambilan Keputusan Ada dan Tidaknya Autokorelasi

H_0 (Hipotesis nol)	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No decision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No decision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Terima	$du < d < 4 - du$

Sumber: Ghozali (2011)

3.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011: 139). Jika *variance residual* dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas mengakibatkan nilai-nilai estimator (koefisien regresi) dari model tersebut tidak efisien meskipun estimator tidak bias dan konsisten.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* meregresi masing-masing variabel independen dengan *absolute residual* sebagai variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi sebelumnya (umumnya 5%). Apabila koefisien signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika koefisien signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu buah variabel independen terhadap satu buah variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

Dengan Y adalah variabel dependen dan X adalah variabel independen. Koefisien a adalah konstanta (*intercept*) yang merupakan titik potong antara garis regresi dengan sumbu Y pada koordinat *Cartesius*.

1) Koefisien determinasi (R^2)

Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2006:87)

2) Uji koefisien regresi parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0: P=0$ (tidak ada pengaruh antara variabel Y)

$H_a: P \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X terhadap Y)

Menurut kriteria P value:

- a) Jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah menerima hipotesis nol (H_0) atau H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen
- b) Jika $P > 5\%$ maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) atau H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen

3.7.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah hubungan secara linier antara 2 atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_N$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dengan demikian persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y = Kepuasan Konsumen

a = intersep (titik potong kurva terhadap sumbu Y)

b = kemiringan (slope) kurva linier

X_1 = Kelengkapan Produk

X_2 = Kualitas Produk

1) Koefisien determinasi (R^2)

Pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2006:87)

2) Uji koefisien Regresi secara bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_n) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. (Priyanto: 2008:81).

Rumusan hipotesis statistiknya:

$H_0: P=0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

$H_a: p \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X_1, X_2 terhadap Y)

Menurut kriteria p value

a) jika $P > 5\%$, maka keputusannya adalah hipotesis nol (H_0)

b) jika $P < 5\%$, maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Toko Buku Taman Pintar Book Store

Taman Pintar Book Store adalah kumpulan toko buku yang beralamat di kompleks taman pintar jalan sriwedari no 1 Ngupasan Gondomanan Yogyakarta. Taman Pintar Book Store menyediakan berbagai buku pendamping dari SD hingga Perguruan Tinggi ada juga novel-novel sehingga sekmenya lengkap. Buku-buku yang dijual di Taman Pintar Book Store cukup lengkap mulai dari buku pelajaran novel agama kesehatan pendidikan walaupun pelayanan yang masih tradisional tentu itu membuat ciri khas taman pintar book store yang sangat berbeda dengan toko buku lainnya. Pasar Buku Bekas Yang Berubah Menjadi Book Store Pasar Buku Modern. Sebelum tahun 1998, Shopping Centre adalah kawasan pedagang buah, sayur, dan pedagang buku dan termasuk pasar induk. Tetapi setelah adanya SK Wali Kota No. 249/KD/ 95 berkenaan dengan berakhirnya masa kontrak Shopping Centre oleh pengelola lama Onggo Hartono pada 8 Juli 1998, selanjutnya pengelolaan kawasan Shopping Centre dilakukan oleh pihak Pemda Yogyakarta. Kemudian para pedagang Shopping Centre tergabung dalam Koperasi Pedagang Buku (Kopaku Taman Pintar) yang dibentuk sekitar tahun 1998. Kemudian bangunan ini direnovasi seiring dengan pembangunan taman pintar. Pada tahun 2005 taman pintar book store ini mulai beroperasi.

Dimana lokasi pasar buku Taman Pintar book store Yogyakarta? Pasar ini terletak di Jalan Panembahan Senopati No. 1 – 3 Yogyakarta samping utara

persis taman pintar dan di sebelah Taman Budaya Yogyakarta. Spesifikasi pasar buku Taman Pintar book store yaitu bangunan pasar ini terdiri dari dua lantai, Jumlah kios buku yang ada sekitar 124. Pasar buku ini menjual berbagai macam buku bekas maupun baru, mulai dari buku pelajaran, novel, majalah serta kliping dan lain-lain. Waktu buka pasar buku (Taman Pintar book store) ? Pasar ini buka setiap hari mulai pukul : 08.00 – 20.00 WIB. Untuk yang lantai dua buka mulai pukul : 08.00-17.00 WIB. Apa saja sih yang di jual di pasar buku (Taman Pintar book store) Pasar buku atau taman pintar book store ini menjual berbagai macam buku, seperti: Mulai dari buku baru hingga buku bekas, Buku-buku pelajaran, Novel, Buku-buku umum. Bagi mahasiswa yang membutuhkan referensi buku atau artikel untuk tugas kuliah, juga bisa dengan mudah menemukan kliping artikel, makalah bekas, hingga buku-buku penunjang kuliah di pasar buku ini. Fasilitas umum yang ada di pasar buku atau Taman Pintar book store yaitu tersedia tempat parkir motor, parkir mobil, toilet, mushola dan lain-lain. Cara menuju lokasi yaitu dari Malioboro lurus ke selatan ketemu perempatan kantor pos belok ke timur atau ke kiri lurus sebelum perempatan jalan Katamso belok ke utara. Taman pintar book store ini terletak di persis sebelah utara taman Pintar dan sebelum taman Budaya.

4.2 Gambaran Umum Responden

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner pada 100 prang responden, dapat diketahui bahwa karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pendapatan, umur, pekerjaan, pendapatan.

Berikut ini akan diuraikan karakteristik-karakteristik responden tersebut, yaitu sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu pria dan wanita. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1

Tabel Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	
	Dalam Angka	Presentase (%)
Pria	37	37
Wanita	63	63
Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian buku di toko buku taman pintar book store yogyakarta, 37 responden (37,00%) diantaranya adalah pria, sedangkan 63 responden (63,00%) diantaranya adalah wanita. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang melakukan pembelian buku di taman pintar book store Yogyakarta. adalah wanita

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia

Berdasarkan karakteristik umur/usia, maka responden dalam penelitian ini dibagi menjadi enam kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2

Tabel Hasil Responden Berdasarkan Umur/Usia

No.	Umur/Usia	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Presentase %
1.	Kurang dari 20 tahun	19	19
2.	20-30 tahun	45	45
3.	30-50 tahun	20	20
4.	Lebih dari 50 tahun	16	16
	Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian buku di taman pintar book store yogyakarta, 19 responden (19%) diantaranya termasuk kategori usia kurang dari 20 tahun, 45 responden (45%) diantaranya termasuk usai 20-30 tahun, 20 responden (20%) diantaranya termasuk kategori usia 30-50 tahun, 16 responden (16%) diantaranya termasuk usia lebih dari 50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang membeli buku di toko buku taman pintar book store adalah yang berusia 20-30 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan karakteristik pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini dibagi menjadi enam kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3

Tabel Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	
		Dalam angka	presentase(%)
1.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	5	5
2.	Pegawai Swasta	6	6
3.	Wiraswasta	8	8
4.	Pelajar/Mahasiswa	64	64
5.	Lain-Lain	17	17
	Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian di toko buku taman pintar book store, 5 responden (5%) diantaranya bekerja sebagai PNS, 6 responden (6%) diantaranya bekerja sebagai pegawai swasta, 8 responden (8%) diantaranya bekerja sebagai wiraswasta, 64 responden (64%) diantaranya adalah Pelajar/Mahasiswa, 17 responden (17%) diantaranya adalah pelajar/mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan buku di taman pintar book store adalah pelajar/mahasiswa.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan karakteristik pendapatan, maka responden dalam penelitian ini dibagi menjadi lima kelompok. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4

Tabel Hasil Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah Responden	
		Dalam Angka	Presentase
1.	Kurang dari Rp 1.000.000	29	29
2.	Rp. 1.000.000 s/d Rp 3.000.000	56	56
3.	Rp 3.000.000 s/d 5.000.000	10	10
4.	Lebih dari Rp 5.000.000	5	5
	Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tabulasi jawaban responden yang tercantum pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang pernah melakukan pembelian di toko buku taman pintar book store , 29 responden (29%) diantaranya mempunyai pendapatan Kurang dari Rp 1.000.000, 56 responden (56%) diantaranya mempunyai pendapatan Rp 1.000.000 s.d Rp 3.000.000, 10 responden (10%) diantaranya mempunyai pendapatan Rp 3.000.000s/d Rp 5.000.000, dan 5 responden (5%) diantaranya mempunyai pendapatan lebih dari Rp 5.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang melakukan pembelian di toko buku taman pintar book store mempunyai pendapatan sebesar Rp 1.000.000 s.d Rp 3.000.000.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas di gunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu koefisien. Kriteria yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu koefisien dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan antara r hitung terhadap r tabel. Nilai r tabel dalam penelitian ini adalah r tabel dengan kebebasan=60 pada $\alpha=5\%$, yaitu 0,254.

Dasar pengambilan keputusan uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel, maka butir koefisien atau variabel tersebut dikatakan valid
- Jika r hitung tidak positif dan r hitung $<$ r tabel, maka butir koefisien atau variabel tersebut dikatakan tidak valid.

Dalam penelitian, peneliti ini menggunakan program statistik SPSS versi 17.0 untuk melakukan analisis pada butir-butir koefisien. Adapun hasil uji validitas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan variasi

		Correlations					Kelengkapan variasi_Buku
		p1	p2	p3	p4	p5	
p1	Pearson Correlation	1	.757**	.248*	.217*	.265**	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.030	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.757**	1	.247*	.354**	.391**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.248*	.247*	1	.593**	.102	.643**
	Sig. (2-tailed)	.013	.013		.000	.312	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.217*	.354**	.593**	1	.227*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.000		.023	.000
	N	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.265**	.391**	.102	.227*	1	.559**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.312	.023		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kelengkapan variasi_Buku	Pearson Correlation	.737**	.797**	.643**	.698**	.559**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner pada pertanyaan variabel kelengkapan variasi dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari r

tabel (0,1654) artinya seluruh butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas variabel Kualitas

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.613**	.580**	.554**	.537**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.613**	1	.427**	.374**	.285**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.580**	.427**	1	.396**	.341**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.554**	.374**	.396**	1	.557**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.537**	.285**	.341**	.557**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.876**	.698**	.738**	.757**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner pada pertanyaan variabel kualitas dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung

pada masing-masing item lebih besar dari r tabel (0,1654) artinya seluruh butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas variabel Kepuasan

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.550**	.249*	.047	-.085	-.273**	.430**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.645	.400	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.550**	1	.418**	.082	.002	.011	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.417	.983	.916	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.249*	.418**	1	.188	.014	.132	.646**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.061	.890	.192	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.047	.082	.188	1	-.108	.231*	.466**
	Sig. (2-tailed)	.645	.417	.061		.283	.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	-.085	.002	.014	-.108	1	.312**	.405**
	Sig. (2-tailed)	.400	.983	.890	.283		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	-.273**	.011	.132	.231*	.312**	1	.502**
	Sig. (2-tailed)	.006	.916	.192	.021	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.430**	.633**	.646**	.466**	.405**	.502**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: data primer diolah (2018)

Hasil tersebut menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner pada pertanyaan variabel kepuasan dalam penelitian ini adalah valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung pada masing-masing item lebih besar dari r tabel (0,1654) artinya seluruh butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliable apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Untuk mengetahui reliabilitas dari pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner digunakan teknik *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dianggap reliable apabila koefesien diatas 0,6 (Wiyono, 2011:116). Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program *statistic SPSS* versi 23.0.

Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.6, yaitu sebagai berikut

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kelengkapan variasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	5

Sumber: data primer diolah (2018)

Diketahui angka Cronbach alpha sebesar 0,719 jadi angka tersebut lebih besar dari nilai minimal Cronbach alpha yaitu 0,6. Dapat disimpulkan

instrument penelitian yg digunakan untuk mengukur kelengkapan variasi buku dapat dikatakan reliabel atau handal.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas variabel Kualitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

Sumber: data primer diolah (2018)

Diketahui angka Cronbach alpha sebesar 0,815 jadi angka tersebut lebih besar dari nilai minimal Cronbach alpha yaitu 0,6. Dapat disimpulkan instrument penelitian yg digunakan untuk mengukur kualitas fisik buku dapat dikatakan reliabel atau handal.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Untuk melakukan uji asumsi dasar terhadap data yang telah dikumpulkan menggunakan analisis uji normalitas. Uji normalitas menurut (Wiyono, 2011: 149) berguna untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dianalisis dengan menggunakan uji one sample kolmogorov-smirnov.

Setelah dilakukan perhitungan dengan bantuan komputer software SPSS 23.0 diperoleh hasil seperti tercantum pada tabel 4.12.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.17510914
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.070
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa dengan sampel sebanyak 100 mempunyai nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,072 dengan probabilitas (sig) 0,200 dengan demikian nilai probabilitas lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian yang digunakan untuk analisis regresi telah berdistribusi normal.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Wiyono (2011), pengujian ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Jika VIF lebih besar dari 5 dan nilai toleransi dibawah 0.1, maka variabel

tersebut mempunyai persoalan dengan variabel bebas lainnya atau terjadi multikolonieritas. Hasil analisis ini ditampilkan pada tabel 4.10 yaitu sebagai berikut

Tabel 4.11
Hasil Analisis Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	23.297	1.729		13.473	.000		
Kelengkapan variasi_Buku	.075	.081	.094	.936	.351	.999	1.001
Kualitas Buku	-.103	.067	-.153	-1.531	.129	.999	1.001

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen
Sumber: data primer diolah (2018)

Tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai VIF dibawah 5 dan *tolerance* diatas 0.1, sehingga dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

4.3.3.3 Uji Autokorelasi

Menurut Wiyono (2011), uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah Uji Durbin-Watson (Wiyono, 2011: 165) dengan ketentuan Jika d terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis no

diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi. Hasil analisis ini ditampilkan pada tabel 4.11 yaitu sebagai berikut

Tabel 4.12

Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.176 ^a	.031	.011	3.208	1.731

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Buku, Kelengkapan variasi_Buku

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen
Sumber: data primer diolah (2018)

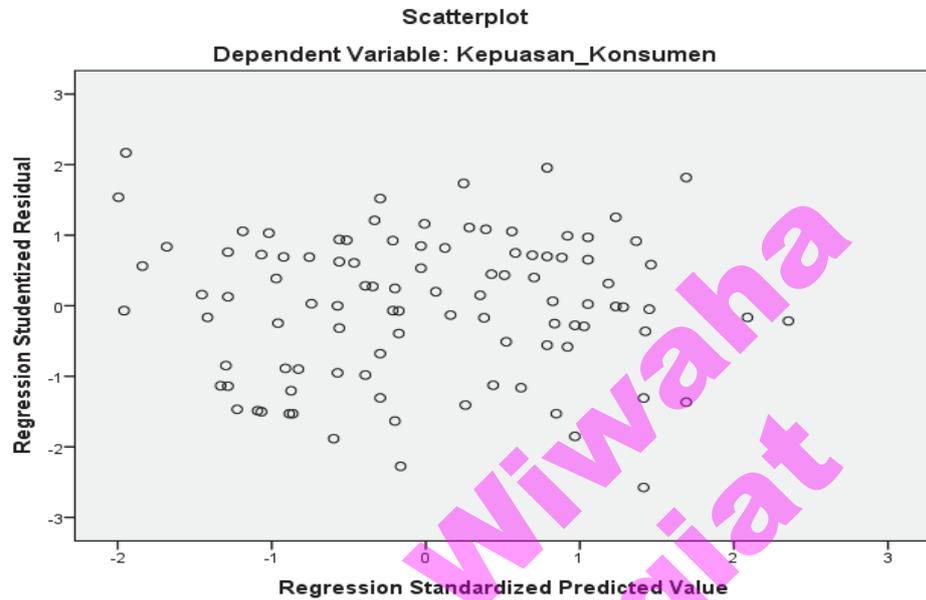
Hasil tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,731. Nilai tersebut lebih besar dari du dengan nilai 1,7162 dan kurang dari 4-du sebesar 2,2838 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4.3.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wiyono (2011), pengujian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Adapun cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antar nilai prediksi variabel terkait dan Uji Park.

Gambar 4. 1

Hasil Gambar Uji Heteros



Gambar diatas merupakan grafik scatterplot yang menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa melalui gambar tersebut maka tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Uji Heteros

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	23.297	1.729		13.473	.000
	Kelengkapan variasi_Buku	.075	.081	.094	.936	.351
	Kualitas Buku	-.103	.067	-.153	-1.531	.129

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

umber: data primer diolah (2018)

Tabel 4.13 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa dari hasil Uji *Glejser* masing-masing variabel independen memperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

4.3.4.1 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Ghazali (2013: 95) menjelaskan bahwa koefisiensi determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian koefisien Determinasi (R) ini dengan menggunakan bantuan program *statistic* SPSS versi 23. Hasil analisis ini ditampilkan pada tabel 4.15 yaitu sebagai berikut

Tabel 4.14

Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi(R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.176 ^a	.310	.011	3.20768

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Buku, Kelengkapan variasi_Buku

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: data primer diolah (2018)

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,310 atau 31%. Nilai tersebut dapat dikatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari kelengkapan variasi buku dan kualitas fisik buku berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen

sebesar 31%, sedangkan sisanya sebanyak 69% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3.4.2 Uji Parameter Individual (Uji Statistik t)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen. Penelitian ini menguji pengaruh Kelengkapan variasi Buku terhadap Kepuasan Konsumen dan pengaruh Kualitas fisik buku terhadap Kepuasan Konsumen. Analisis ini diolah dengan menggunakan suatu program komputer pengolah data statistik.

1) Pengaruh Kelengkapan variasi Buku terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu Kelengkapan variasi Buku berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Pengujian hipotesis pertama dilakukan dengan uji regresi linier sederhana dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Analisis Uji t kelengkapan variasi buku

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	23.297	1.729		
Kelengkapan variasi Buku	.075	.081	.094	.936	.035

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Hasil pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa :

Variabel kelengkapan variasi buku memiliki nilai t hitung sebesar 0,936 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,035, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0.05 (5%). Hal itu menunjukkan bahwa kelengkapan variasi buku berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel kelengkapan variasi buku digunakan untuk mengukur tingkat kelengkapan buku suatu toko. Sehingga, hipotesis H1 yang menyatakan bahwa kelengkapan variasi buku berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.

2) Pengaruh Kelengkapan variasi Buku terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu Kualitas fisik buku berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Pengujian hipotesis pertama dilakukan dengan uji regresi linier sederhana dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Analisis Uji t kualitas fisik buku

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	23.297	1.729		
Kualitas Buku	-.103	.067	-.153	-1.531	.012

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen
 Sumber: data primer diolah (2018)

Variabel kualitas fisik buku digunakan untuk mengukur tingkat kualitas suatu buku. dari tabel diatas kualitas fisik buku mempunyai nilai t hitung sebesar -1,531 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.012 lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 0.05 (5%). Hal itu menunjukkan bahwa kualitas fisik buku berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis H2 yang menyatakan bahwa kualitas fisik buku berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.

4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah hubungan secara linier antara 2 atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_N$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Dengan demikian persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Y = Kepuasan Konsumen

a = intersep (titik potong kurva terhadap sumbu Y)

b = kemiringan (slope) kurva linier

X_1 = Kelengkapan Produk

X_2 = Kualitas Produk

Setelah dilakukan perhitungan dengan bantuan komputer software SPSS 23 diperoleh hasil seperti tercantum pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.17

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kelengkapan variasi_Buku	100	7.00	25.00	18.4200	4.00298
Kualitas_Buku	100	5.00	23.00	13.2000	4.80740
Kepuasan_Konsumen	100	16.00	30.00	23.3300	3.22570
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data primer diolah (2018)

1. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nilai terendah sebesar 16,00 dan nilai tertinggi sebesar 30,00 dan diperoleh nilai rata-rata sebesar 23,3300 dengan standar deviasi sebesar 3,22570 dari jumlah sampel sebanyak 100.
2. Hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan bahwa, analisis deskriptif terhadap variabel kelengkapan variasi buku mempunyai nilai terendah sebesar 7,00 dan mempunyai nilai tertinggi sebesar 25,00 dari jumlah sampel sebanyak 100, yang mempunyai nilai rata-rata sebesar 18,4200 dengan standar deviasi sebesar 4,00298.
3. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel kualitas fisik buku menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel sebanyak 100 mempunyai nilai terendah sebesar 5,00 dan mempunyai nilai tertinggi sebesar 23,00 yang mempunyai nilai rata-rata sebesar 13,2000 dengan standar deviasi sebesar 4,80740.

4.3.5.1 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Ghazali (2013: 95) menjelaskan bahwa koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian koefisien Determinasi (R) ini dengan menggunakan bantuan program *statistic* SPSS versi 23. Hasil analisis ini ditampilkan pada tabel 4.15 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi(R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.176 ^a	.310	.011	3.20768

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Buku, Kelengkapan variasi_Buku

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: data primer diolah (2018)

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,310 atau 31%. Nilai tersebut dapat dikatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari kelengkapan variasi buku dan kualitas fisik buku berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 31%, sedangkan sisanya sebanyak 69% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3.5.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X₁,X₂,X_n) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi

variabel dependen atau tidak. (priyanto: 2008:81) . Hasil analisis ini ditampilkan pada tabel 4.15 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.060	2	16.030	1,558	.021 ^b
	Residual	998.050	97	10.289		
	Total	1030.110	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Buku, Kelengkapan variasi_Buku
Sumber: data primer diolah (2018)

Dari tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 1,558 dan mempunyai tingkat signifikan sebesar 0.021 (2,1%). Hal itu menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari tingkat α sebesar 0.05 atau 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari kelengkapan variasi buku dan kualitas fisik buku secara bersama sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian penulisan skripsi dengan judul pengaruh kelengkapan variasi dan kualitas fisik buku terhadap kepuasan konsumen di taman pintar book store dari data di lapangan dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa:
 - a. Variabel kelengkapan variasi buku memiliki nilai t hitung sebesar 0,936 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,035, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0.05 (5%). Hal itu menunjukkan bahwa kelengkapan variasi buku berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel kelengkapan variasi buku digunakan untuk mengukur tingkat kelengkapan buku suatu toko. Sehingga, hipotesis H1 yang menyatakan bahwa kelengkapan variasi buku berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.
 - b. Variabel kualitas fisik buku digunakan untuk mengukur tingkat kualitas suatu buku. dari tabel diatas kualitas fisik buku mempunyai nilai t hitung sebesar -1,531 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.012 lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 0.05 (5%). Hal itu menunjukkan bahwa kualitas fisik buku berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hipotesis H2 yang menyatakan bahwa kualitas fisik buku berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen diterima.

2. Berdasarkan hasil perhitungan uji f bahwa nilai F hitung sebesar 1,558 dan mempunyai tingkat signifikan sebesar 0.021 (2,1%). Hal itu menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari tingkat α (alfa) sebesar 0.05 atau 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari kelengkapan variasi buku dan kualitas fisik buku secara bersama sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.
3. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,310 atau 31%. Nilai tersebut dapat dikatakan bahwa variabel independen yang terdiri dari kelengkapan variasi buku dan kualitas fisik buku berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 31%, sedangkan sisanya sebanyak 69% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dijelaskan di bab-bab sebelumnya. Saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi konsumen

Disarankan untuk teliti sebelum membeli buku karena tidak semua prodak buku yang dijual di *shoping* taman pintar *book store* mempunyai kualitas yang sama

2. Bagi pemilik toko

Disarankan untuk menjaga kualitas fisik buku karena itu mempengaruhi minat pembeli dan keberlangsungan usaha

3. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Melihat dari variabel independen, disarankan untuk menambahkan variabel independen karena sebanyak 69% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini
- b. Melihat dari variabel dependen, disarankan peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam lagi tentang kepuasan pelanggan. Hal itu dapat dilakukan dengan menggunakan ukuran atau rasio yang berbeda dan dapat juga dengan menambah variabel dependen
- c. Melihat dari rentang periode penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah rentang periode sehingga akan mendapatkan hasil yang lebih optimal dan akurat
- d. Melihat dari objek penelitian, penelitian selanjutnya disarankan untuk memilih toko yang lebih berbeda atau dapat dikembangkan dengan toko yang lebih *high profile*

DAFTAR PUSTAKA

- Ali (1998). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*. Jakarta: Pustaka Amani
- Arintoko, Suharsimi. (2006) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, M. Burhan. (2005). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenda
Kencana Grub.
- Cooper, Donald R dan Schindler, Pamela S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Edisi 9.
Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Crow and Crow. (1973). *An Outline of Psychology*. Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Depdikbud (1994). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi II. Jakarta: Balai
Pustaka.
- Ferdinan, Agusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan
Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ratna Handayati (2016). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen
Pong-Pong Cafe*. skripsi sarjana Yogyakarta manajemen pemasaran STIE
Widya Wiwaha
- Priyanto, Dwi. (2008). *Mandiri belajar SPSS (untuk analisis data dan Uji
Stastistik)*. Yogyakarta: MediaKom.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2005), *Quality & Satisfaction* Edisi 1,
Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (1997), *Strategi Pemasaran* Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiyono, Gendro, 2011, *merancang penelitian bisnis dengan alat analisis SPSS
17.0 & smart PLS 2.0*. Edisi Pertama, Yogyakarta STIM YKPN.
- Riandi, Edi (2016), *stastistika penelitian*, yogyakarta: Andi Offset.

- Sugiono (2012), *Statistika Untuk Penelitian Edisi 20*, Bandung: Alfabeta.
- Parasutaman, A. Valerie (2001), *Delivering Quality Service* (diterjemahkan oleh Sutanto) (2012), The Free, New York.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Phillip (2002), *Manajemen Pemasaran* (terjemahan Hendra Teguh dkk) Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Prenhallindo.
- Ghozali, Imam (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 4, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.