

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo)**

ANA RACHMAWATI

NIM. 14210096

PROGRAM STUDI MANAJEMENSEKOLAH TINGGI ILMEKONOMI MAHARDHIKA
SURABAYA 2018

ABSTRACK

This study is entitled, "Service quality on purchasing decisions that have an impact on customer satisfaction at Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda. The purpose of this study was to study the effect of service quality on consumer satisfaction with purchasing decisions as an intervening variable in Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo.

This research was conducted using quantitative research that is research that focuses on testing hypotheses with statistical analysis methods and produces conclusions that can be generalized. The population used in this study were all consumers at Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo. The sampling technique used is a simple random sampling technique is a random sample selection method for all samples. The sample used in this study was 50 respondents. The test equipment used was path analysis or path analysis with the help of SPSS 17.0 software. From the results of research that has been done can conclude, the results of validity are valid, the reliability test is reliable. Based on path analysis related to service quality (X) directly and significantly regulates purchasing decisions (Z) at Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo, Product quality (X) regulates directly to customer satisfaction (Y) at Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo, and product quality (X) indirectly to customer satisfaction (Y) through a purchasing decision (Z) at Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo.

Keywords: *Service Quality, Purchasing Decisions, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul, "pengaruh kualitas produk layanan terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda - Sidoarjo.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling* adalah metode pemilihan sampel secara acak dimana semua anggota populasi mendapat kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 responden. Alat uji yang digunakan adalah analisis jalur atau *path analysis* dengan bantuan *software* SPSS 17.0. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari uji validitas adalah *valid*, uji reliabilitas adalah *reliabel*.

Berdasarkan *path analysis* diketahui bahwa Kualitas layanan (X) berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo, Kualitas produk (X) berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen (Y) di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo, serta Kualitas produk (X) berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen (Y) melalui keputusan pembelian (Z) di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo.

Keywords: Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Pada saat ini kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa selalu meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas, hal ini seiring dengan perkembangan dan kemajuan jaman. Dampaknya adanya perilaku pelanggan dalam menentukan tempat pembelanjaan yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Semakin meningkatnya tempat pembelanjaan akan memberikan banyak alternatif kepada masyarakat sebagai pelanggan untuk memilih tempat pembelanjaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan financial pelanggan. Hal ini harus diimbangi oleh pedagang untuk berusaha menarik pelanggan agar mau membeli barang ditempat dimana dia membuka dagangannya. Pedagang harus cepat tanggap dan segera menyesuaikan akan perubahan selera dan kemampuan pelanggan, dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga nantinya kepuasan pelanggan akan dapat tetap terjaga.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
3. Apakah keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo.

Tinjauan Pustaka

Pengertian Pemasaran

Pemasaran atau *marketing*, menurut Kotler (2010:9) yaitu adalah *“is societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of values with others”*. Pemasaran yaitu suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran telah menjadi faktor kunci suksesnya bisnis. Dan ini harus di pahami bukan dalam pengertian penjualan menjual tetapi harus dalam pengertian yang baru, yakni memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Laksana (2013:4) mendefinisikan pemasaran yaitu segala kegiatan yang menawarkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pasar atau market menurut Kotler (2010:9) yaitu: *“a collection of buyers and seller who transact over a particular product or product class”*. Pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi sebuah produk atau kelompok produk tertentu (pasar perumahan atau bahan makanan)

Dari pengertian-pengertian pemasaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu bentuk kegiatan yang mencakup unsur pemasaran seperti merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa tersebut kepada pelanggan yang membutuhkannya.

Kualitas Layanan

Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Lovelock dalam Laksana (2013: 86), definisi dari kualitas adalah sebagai berikut: *“quality is degree of excellent intended and the control of variability in achieving that excellent in meeting the customer requirements”*. Dikatakan bahwa kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk dapat memberikan kualitas layanan yang baik maka perlu dibangun hubungan yang erat antar perusahaan dalam hal ini adalah karyawan dengan pemakai jasa tersebut. Dengan demikian kualitas adalah merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan seperti yang dikemukakan oleh Kotler dalam Laksana (2013:88) bahwa kualitas merupakan jaminan terbaik kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi persaingan asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.

Kepuasan Konsumen

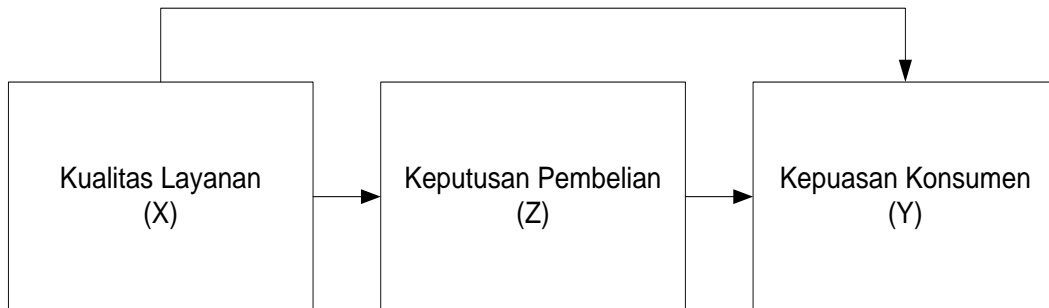
Pengertian Kepuasan Konsumen

Gasper dalam Laksana (2013:10) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Lalu menurut Tjiptono dan Chandra (2010:194) bahwa kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Bisa dipastikan bahwa semua buku teks laris di bidang strategi bisnis, pemasaran, dan perilaku konsumen mengupasnya. Organisasi bisnis dan non bisnis pun berlomba mencanangkannya sebagai salah satu tujuan strategiknya, misalnya melalui slogan-slogan seperti *“Pelanggan adalah Raja”*, *“Kepuasan Anda Adalah Tujuan Kami”*, *“We Care For Customer”* dan sejenisnya. Berkembangnya riset kepuasan pelanggan dan penganugerahan award buat kesuksesan perusahaan dalam meraih skor tertinggi indeks kepuasan pelanggan nasional (*national customer satisfaction*

indeks) juga berkontribusi pada peningkatan kepedulian produsen dan konsumen terhadap pentingnya kepuasan pelanggan.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka dapat digambarkan kerangka koseptual sebagai berikut :



Sumber: Data Diolah

Gambar 2.1.
Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang permasalahan, perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka dalam penelitian diajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
3. Keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
4. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ditinjau dari karakteristik masalah, penelitian ini dikategorikan pada penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Berdasarkan teori tersebut, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Karena data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. (Sugiyono, 2012:14)

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012:80).

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:80).

Analisis Data

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Di dalam melakukan pengolahan dan analisis data, penulis menggunakan bantuan program SPSS for Windows version 17.0. Adapun tahapan pengolahan data yang dilakukan adalah :

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner tersebut. Valid atau tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total variabel (Ghozali, 2011:135).

Menurut Azwar (2013:157), koefisien validitas itu kurang daripada 0,30 biasanya dianggap sebagai tidak memuaskan. Angka ini ditetapkan sebagai konvensi yang didasarkan pada asumsi distribusi skor dari kelompok subyek yang berjumlah besar. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa :

- Jika nilai $r_{hitung} \geq 0,30$ berarti pernyataan valid
- Jika nilai $r_{hitung} < 0,30$ berarti pernyataan tidak valid

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji reliabilitas juga dapat dikatakan sebagai suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:132). kriteria pengujian sebagai berikut :

- Jika nilai alpha $> 0,60$ berarti pernyataan reliabel
- Jika nilai alpha $\leq 0,60$ berarti pernyataan tidak reliabel

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab, terhadap seperangkat variabel lainnya yang merupakan variabel akibat.

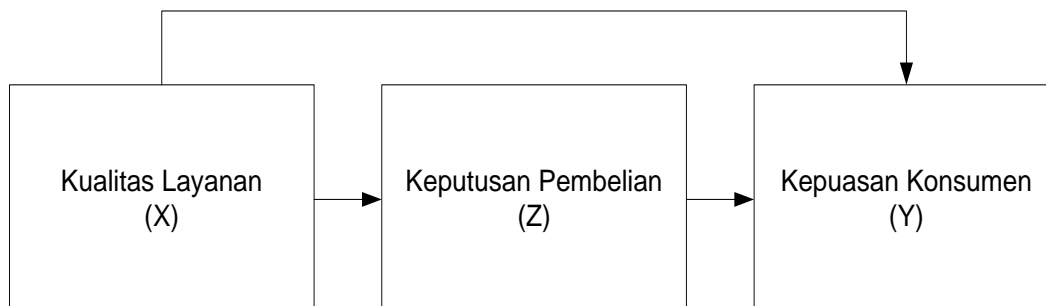
Analisis jalur merupakan pengembangan dari analisis regresi. Di dalam analisis regresi upaya mempelajari hubungan antar variabel tidak pernah mempermasalahkan mengapa hubungan tersebut ada atau tidak. Selain itu tidak pernah dipertanyakan apakah hubungan yang ada antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) disebabkan oleh variabel X atau bebasnya sendiri atau ada variabel lain diantara kedua variabel tersebut sehingga variabel X tidak secara langsung mempengaruhi variabel Y tetapi ada variabel lain sebagai variabel perantara atau intervening.

Pada saat melakukan path analysis hendaknya diperhatikan beberapa asumsi sebagai berikut :

1. Hubungan antara variabel haruslah linear dan aditif.
2. Semua variabel residu tidak mempunyai korelasi satu sama lain.
3. Pola hubungan antar variabel dan rekursif.
4. Tingkat pengukuran semua variabel sekurang-kurangnya interval.

Pada analisis jalur variabel penyebab hubungan kausal antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dilakukan penelitian.

Gambar 3.1
Analisis Jalur (*Path Analysis*)



Persamaan pada gambar di atas dapat ditulis sebagai berikut :

Persamaan I : $Y = \beta_0 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e1$ (Sudrajat, 2011:112)

Persamaan II : $Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + e2$ (Sudrajat, 2011:112)

Keterangan :

X = Kualitas Layanan

Z = Keputusan Pembelian

Y = Kepuasan Konsumen

β_1X_1 = koefisien jalur dari X ke Y

β_2X_2 = koefisien jalur dari X ke Z

β_3X_3 = koefisien jalur dari Z ke Y

β_4X_4 = koefisien jalur dari X ke Z melalui Y

Koefisien jalur merupakan koefisien regresi terstandarisasi (*standardized coefficients*) dapat dihitung dengan koefisien regresi tidak terstandarisasi (*unstandardized coefficients*) (Garson, 2012).

Pengujian Hipotesis

Setiap jalur terdapat nilai probabilitas error (p) oleh karena itu pengujian hipotesis tidak lagi menggunakan uji F tetapi menggunakan uji t dan probabilitas error.

Untuk mengetahui apakah hasil analisis jalur tersebut signifikan atau tidak dapat dilihat melalui bagan sebagai berikut :

Jalur	Koefisien Jalur	Probabilitas error (prob)
$Y \leftarrow X_1$	H1P1	Prob _{H1P1}
$Z \leftarrow X_1$	H2P2	Prob _{H2P2}
$Y \leftarrow Z$	H3P3	Prob _{H3P3}

Kriteria Penerimaan dan Penolakan :

- Apabila Probabilitas < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga koefisien pada jalur tersebut signifikan.
- Apabila Probabilitas > 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak sehingga koefisien pada jalur tersebut tidak signifikan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek Penelitian

Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo adalah badan usaha yang berbentuk koperasi pegawai yang beranggotakan satuan TNI AL yang berdinis di Lanudal Juanda – Sidoarjo. Sehingga jika melihat dari sejarah singkatnya, Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo didirikan pada tanggal 01 Agustus 2006 yang berlokasi di Jl. Sultan Iskandar Muda No. 34 Sidoarjo. Dengan tujuan pokok untuk memberikan pelayanan dan mensejahterakan anggotanya.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk mengetahui kesahihan data dari tanggapan 50 responden tentang Kualitas Layanan (X), Keputusan Pembelian (Z) dan Kepuasan Konsumen (Y), maka digunakan uji validitas.

Uji validitas ditujukan terhadap 5 pernyataan yang terdapat pada variabel Kualitas Layanan (X), 3 pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Z), 3 pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 17.0.

Adapun hasil pengujian validitas untuk variabel Kualitas Layanan (X), Keputusan Pembelian (Z), dan Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel- tabel berikut ini :

Tabel 4.4.
Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X)

Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r Tabel	Keterangan
X ₁	0.771	0,30	Valid
X ₂	0.796	0,30	Valid
X ₃	0.844	0,30	Valid
X ₄	0.765	0,30	Valid
X ₅	0.769	0,30	Valid

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X) semuanya adalah valid, karena nilai *pearson correlation* (r_{hitung}) yang dihasilkan lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.5.
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Z)

Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Z ₁	0.743	0,30	Valid
Z ₂	0.691	0,30	Valid
Z ₃	0.811	0,30	Valid

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Z) semuanya adalah valid, karena nilai *pearson correlation* (r_{hitung}) yang dihasilkan lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.6.
Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	Pearson Correlation (r_{hitung})	r Tabel	Keterangan
Y _{.1}	0.810	0,30	Valid
Y _{.2}	0.708	0,30	Valid
Y _{.3}	0.835	0,30	Valid

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) semuanya adalah valid, karena nilai *pearson correlation* (r_{hitung}) yang dihasilkan lebih besar dari 0,30.

Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui keakuratan data dari tanggapan 50 responden tentang Kualitas Layanan (X), Keputusan Pembelian (Z) dan Kepuasan Konsumen (Y), maka digunakan uji reliabilitas dengan bantuan program SPSS 17.0. Adapun hasil pengujian reliabilitas pada variabel- variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini ;

Tabel 4.7.
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Nilai Alpha Cronbach (r)	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	5	0.848	Reliabel
Keputusan Pembelian (Z)	3	0.683	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	3	0.743	Reliabel

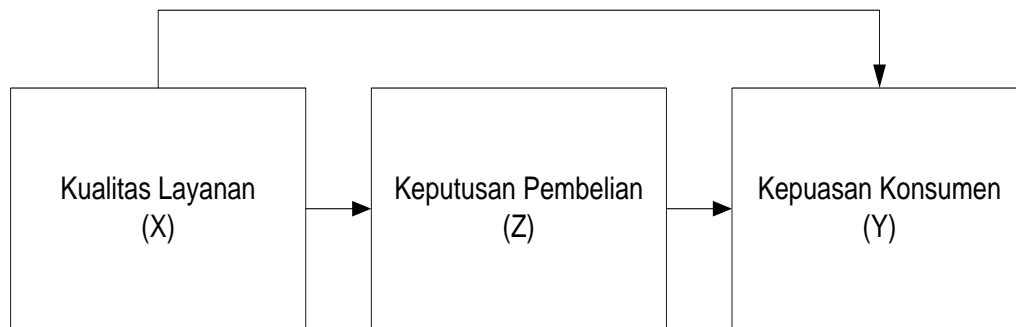
Sumber : lampiran 4

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X), Keputusan Pembelian (Z) dan Kepuasan Konsumen (Y) adalah reliabel, karena karena r_{alpha} yang dihasilkan lebih besar atau sama dengan dari 0,60.

Analisis Jalur atau Path Analysis

Berikut adalah gambar hasil pengujian *path analysis* dengan nilai koefisien jalur atau *standardize* pada masing-masing variabel.

Gambar 4.1
Hasil Pengujian *Path Analysis*



Sumber: Data Diolah

Berikut adalah tabel hasil pengujian *path analysis* berdasarkan nilai koefisien jalur pada masing-masing variabel.:

Tabel 4.8
Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Jalur	Nilai <i>Standardized Coefficients</i>
Kualitas Layanan (X) ---> Keputusan Pembelian (Z)	0.225
Kualitas Layanan (X) ---> Kepuasan Konsumen (Y)	0.260
Keputusan Pembelian (Z) ---> Kepuasan Konsumen (Y)	0.452

Sumber : lampiran 5

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa :

1. Jika variabel Kualitas Layanan (X) berubah maka akan menyebabkan perubahan pada Keputusan Pembelian (Z). Tanda positif menunjukkan bahwa jika Kualitas Layanan semakin tinggi maka Keputusan Pembelian akan semakin tinggi juga, dan sebaliknya jika Kualitas Layanan semakin rendah maka Keputusan Pembelian akan semakin rendah juga. Nilai koefisien antara (X) dengan (Z) sebesar 0.225.
2. Jika variabel Kualitas Layanan (X) berubah maka akan menyebabkan perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y). Tanda positif menunjukkan bahwa jika Kualitas Layanan semakin tinggi maka Kepuasan Konsumen akan semakin tinggi juga, dan sebaliknya jika Kualitas Layanan semakin rendah maka Kepuasan Konsumen akan semakin rendah juga. Nilai koefisien antara (X) dengan (Y) sebesar 0.260.
3. Jika variabel Keputusan Pembelian (Z) berubah maka akan menyebabkan perubahan pada Kepuasan Konsumen (Y). Tanda positif menunjukkan bahwa jika Keputusan Pembelian semakin tinggi maka Kepuasan Konsumen akan semakin tinggi juga, dan sebaliknya jika Keputusan Pembelian semakin rendah maka Kepuasan Konsumen akan semakin rendah juga. Nilai koefisien antara (Z) dengan (Y) sebesar 0.452.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan, dengan *path analysis*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan (X) berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
2. Kualitas layanan (X) berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
3. Keputusan pembelian (Z) berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo
4. Kualitas layanan (X) berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan konsumen (Y) melalui keputusan pembelian (Z) di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo untuk menjaga keamanan baik di dalam maupun di luar toko sehingga konsumen akan selalu merasa aman saat berbelanja
2. Diharapkan kepada Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen akan merasa puas dalam berbelanja
3. Diharapkan kepada Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo memperhatikan dan meningkatkan fasilitas yang disediakan
4. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya yang mengambil obyek di Prima Mart Primkopal Lanudal Juanda – Sidoarjo, agar mempertimbangkan faktor lain selain kualitas layanan dan keputusan pembelian dalam mempengaruhi kepuasan konsumen