

**TINJAUAN FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN PADA
TOKO MR. SMARTPHONE**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada tim dosen tugas akhir program studi manajemen perdagangan
Sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya*



Oleh:

DAFIT GERI SENIMAR

NIM/BP. 18134016/2018

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2021

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO
MR.SMARTPHONE DI KOTA PADANG**

(Studi Kasus Mahasiswa D3 Fakultas Ekonomi)

Nama : Dafit Geri Senimar
Nim : 18134016
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2021

Diketahui Oleh,
Koordinator Program Studi
Diploma III Manajemen
Perdagangan

Disetujui Oleh,
Pembimbing



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D
NIP. 19751209 199903 2 001



Astri Yuza Sari, SE, MM
NIDN: 0017059008

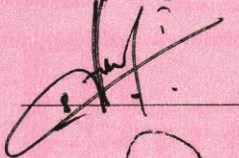

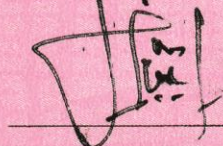
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO MR.SMARTPHONE

Nama : Dafit Geri Senimar
BP/NIM : 2018/18134016
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang.

Padang, Agustus 2021

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Astri Yuza Sari, SE, MM.	(Ketua)	
Chichi Andriani, SE, MM.	(Anggota 1)	
Muthia Roza Linda, SE, MM	(Anggota 2)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dafit Geri Senimar

Thn. Masuk/NIM : 2018/18134016

Tempat/Tgl. Lahir : Pariaman/ 12 mei 1999

Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)

Fakultas : Ekonomi

Alamat : koto tinggi, gunung padang alai, kec. V koto timur, kab. Padang pariaman

Hp : 082286116317

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya Tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditanda tangani oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 25 agustus 2021

Yang menyatakan,



Dafit Geri Senimar

BP/NIM. 2018/18134016.

ABSTRAK

**Judul Tugas Akhir : TINJAUAN FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOKO MR. SMARTPHONE**

Pembimbing : Asri Yuza Sari, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada toko mr.smartphone. bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di toko mr.smartphone. teknik penarikan sampel yang digunakan adalah roudom sampling dan purposive sampling dengan kriteria konsumen yang merasa puas berbelanja di toko mr.smartphone dan bersedia menjadi responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada indikator Kesesuaian Harapan Dalam Memilih Produk dengan rata-rata tingkat capaian responden (TCR) 83% dengan kategori sangat tinggi, Indikator kedua yaitu minat berkunjung kembali memiliki total 467 dengan jumlah rata-rata 4,21 dan mempunyai tingkat capai responden (TCR) sebesar 84% dengan keterangan sangat tinggi. Indikator ketiga yaitu kesediaan merekomendasikan memiliki total 454 dengan jumlah rata-rata 4.09 dan mempunyai tingkat capai respnden (TCR) sebesar 82% dengan keterangan sangat tinggi.

Kata kunci : kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “ **TINJAUAN FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO MR.SMARTPHONE.**” Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah menyediakan fasilitas kuliah dan izin dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah memberikan bantuan administrasi dan membantu kemudahan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Asri Yuza Sari, SE, MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberi ilmu, pengarahan, perhatian, saran, masukan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak dan ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Diploma III serta karyawan yang telah membantu penulisan selama menuntut ilmu dikampus ini.
5. Staf Administrasi Program Studi Diploma III, yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.

6. Bapak dan ibu staf perpustakaan pusat Universitas Negeri Padang dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis banyak kemudahan dalam memperoleh bahan bacaan.
7. Karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis kuliah di Universitas Negeri Padang.
8. Teristimewa penulis ucapkan kepada keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan selama penulis kuliah hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman Program Studi Diploma III angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.
10. Serta kepada diri sendiri yang tak kenal lelah serta pantang menyerah dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan baik. Semoga segala bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2021

Dafit Geri Senimar

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. Latar belakang masalah	1
2. Rumusan masalah penelitian	6
3. Tujuan penelitian	6
4. Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
1. Kepuasan Konsumen	8
a. Pengerian kepuasan.....	8
2. Pengertian kepuasan konsumen	9
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	10
4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
1. Bentuk Penelitian	15
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
3. Rancangan Penelitian	16
4. Objek penelitian	18
5. Populasi dan sampel	18
6. Sumber data	19
BAB IV PEMBAHASAN	23
1. Profil Perusahaan.....	23
2. Hasil Peneitian dan Pembahasan.....	26
BAB V PENUTUP	32
1. Kesimpulan.....	32
2. Saran	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo MR. Smartphone.....	24
Gambar 2. Foto produk Iphone pada Mr. Smartphone.....	25
Gambar 3. Foto produk yang dijual di Mr. Smartphone.....	25
Gambar 4. Foto produk yang dijual di Mr. Smartphone.....	25
Gambar 5. Foto produk yang dijual di MR. Smartphone.....	26
Gambar 6. Foto produk yang dijual di Mr. Smartphone.....	26
Gambar 7. Foto produk yang dijual di MR. Smartphone.....	26

DAFTAR TABEL

Table 1. 5 smartphone teratas di seluruh dunia untuk pengguna akhir menurut vendor 4Q20	2
Tabel 2. Data variasi produk	24
Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	27
Tabel 4. Karakteristik responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 5. Kesesuaian Harapan Dalam Memilih Produk.....	29
Tabel 6. Minat Berkunjung Kembali	30
Tabel 7. Kesiediaan Merekomendasikan	30
Tabel 8. Indikator Kepuasan Konsumen.....	31

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar belakang masalah

Teknologi komunikasi dan Informasi merupakan suatu teknologi yang penggunaannya tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi komunikasi yang berawal dari telegrafi sebagai media komunikasi jarak jauh, kemudian berkembang menjadi alat komunikasi kabel atau telepon rumah yang kemudian berinovasi menjadi nirkabel yaitu telepon selular (ponsel). Sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi yang paling banyak digunakan masyarakat, ponsel mengalami perkembangan aplikasi yang juga sangat pesat, sehingga fungsinya tidak lagi sekedar media komunikasi tapi multimedia yang memiliki banyak fungsi sehingga dalam penggunaannya dapat mendukung kelancaran aktivitas diberbagai profesi, hingga pada akhirnya muncul istilah “*Smartphone*” atau telepon pintar.

Smartphone merupakan salah satu media teknologi yang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Bisa dilihat dalam beberapa tahun belakangan ini *smartphone* telah mengalami peningkatan yang luar biasa sehingga konsumen mulai menetapkan standar pribadi dalam mempergunakan teknologi sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen. Trend *smartphone* yang begitu mendunia telah membawa pengaruh tersendiri bagi dunia bisnis khususnya para produsen telepon seluler. Di Indonesia sendiri ada beberapa produsen *smartphone* dengan merek ternama yang cukup bersaing

dalam menawarkan produknya, diantaranya Samsung, oppo, vivo, relme, xiami, iphone dan beberapa *smartphone* yang merupakan produksi cina.

Table 1. lima smartphone teratas di seluruh dunia untuk pengguna akhir menurut vendor 4Q20 (ribuan unit) :

vendor	4Q20 Penjualan	4Q20 Saham (%)	4Q19 Penjualan	4Q20 Saham (%)	4Q20-4Q19 pertumbuhan (%)
Apple	79.942,27	20.6	69.550,6	17,1	14,9
Samsung	62.117,0	16.2	70.404,4	17,3	-11,8
Xiomi	43.430,3	11.3	32.446,9	8,0	33,9
OPPO	34.373,7	8.9	30.452,5	7,5	12,9
Huawei	34.315,7	8.9	58.301,6	14,3	-41,1
Lain-lain	130.442,8	33.9	145.482,1	35,8	-10,3
Total	384.622,3	100.0	406.638,1	100,0	-5,4

Sumber : Gartner (februari 2021)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa penjualan smartphone di Indonesia didominasi oleh *brand apple* (iphone) yang dimana konsumen pada saat sekarang ini cenderung menyukai smartphone tersebut. Salah satu faktor konsumen lebih menyukai smartphone dengan merek iphone yaitu kualitas dari iphone tersebut. Di Indonesia sendiri penggunaan smartphone aktif diperkirakan berjumlah sekitar 167 juta orang atau 89% dari total penduduk Indonesia, berkembang pesat dalam kurun waktu tiga tahun (m.media Indonesia.com).

Persaingan yang semakin ketat menuntun produsen untuk semakin inovatif dalam menjual dan mempromosikan produknya. Salah satu caranya adalah memuaskan kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu. Perusahaan tentu akan semakin sukses apabila mereka dapat mengerti kebutuhan dan keinginan yang dimiliki oleh konsumen serta

mengutamakan kepuasannya. Kepuasan dan pengalaman pribadi yang dirasakan dapat memiliki dampak tingkat kesetiaan konsumen terhadap gerai toko smartphone.

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis saat ini membuat perusahaan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan produknya masing-masing. Sementara itu konsumen semakin selektif dalam memilih suatu barang atau jasa yang mereka butuhkan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan produknya mampu bersaing dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Suatu perusahaan dikatakan berhasil menjalankan apabila mampu menjual produknya pada konsumen dan memperoleh profit semaksimal mungkin.

Menurut Kotler dan Keller (2012:177), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang dihasilkan produk dengan ekspektasi mereka. Saat mengukur kepuasan, pelanggan pasti akan membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya saat menggunakan produk atau jasa bisnis.

Menurut Fandy Tjiptono (2016:295) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang akan mereka gunakan berkualitas.
2. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
3. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
4. Faktor emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

Salah satu toko yang cukup terkenal di kota Padang adalah toko mr.smartphone yang dimana toko tersebut menjual berbagai jenis smartphone terkhusus iphone. Konsep dari toko mr.smartphone adalah menghadirkan pelayanan yang memuaskan untuk konsumen dan mengutamakan kualitas produk yang ditawarkan, serta memberikan suasana toko yang menyenangkan.

Namun dibalik itu, setelah penulis melakukan observasi langsung ke toko mr.smartphone dan melakukan wawancara sekilas yang menanyakan tentang bagaimana pandangan konsumen tersebut tentang pelayanan dan kualitas produk di toko mr.smartphone dengan 3 orang pelanggan yang sedang berada di toko tersebut, diduga terdapat konsumen yang penulis wawancara merasa kurang nyaman dengan sistem pelayanan di toko mr.smartphone yang memakai sistem PO (*pre-order*), jadi dengan begitu pelanggan merasa tidak puas karena mereka tidak bisa memilih atau membandingkan produk yang satu dengan yang lainnya pada saat mengambil keputusan pembelian.

Selain itu produk yang dijual di toko mr.smartphone tersebut pun terbilang lebih mahal jika dibandingkan dengan harga di toko pesaing lainnya, contohnya di toko mr.smartphone harga iPhone XR kapasitas 64 GB ditanggal 8 agustus 2021 menawarkan harga sebesar Rp. 5.700.000 sedangkan di toko lain harga iPhone XR dengan kapasitas yang sama yaitu 64 GB menawarkan harga Rp. 5.099.000 maka hal tersebut mengakibatkan ketertarikan pelanggan berkurang karna mereka lebih memilih harga yang lebih murah.

Namun setelah penulis mencoba untuk menanyakan kepada pelayan toko mr.smartphone terkait harga, mereka juga punya alasan tersendiri tentang hal harga, mereka bisa menjamin kualitas produk yang dijualnya dengan cara memberikan garansi kepada konsumennya lebih lama dibandingkan toko pesaing lainnya.

Oleh karena itu untuk dapat menarik konsumen dan mampu bersaing dengan gerai toko smartphone lain maka hal yang perlu dilakukan oleh pemilik toko adalah memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen agar konsumen dapat mencapai kepuasan.

Maka berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen Pada Toko Mr.Smartphone”.

2. Rumusan masalah penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian ini adalah bagaimana kepuasan konsumen pada toko mr.smartphone.

3. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam pembelian produk pada toko mr.smartphone.

4. Manfaat penelitian

a. Bagi penulis

Untuk mengetahui keunggulan dan seberapa besar manfaat bersaing dengan memperhatikan faktor-faktor kepuasan konsumen.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai faktor-faktor kepuasan konsumen dalam mempertahankan maupun mengembangkan usaha gerai toko serta

memecahkan suatu permasalahan yang ada dan dapat mencari solusi yang tepat.

b. Bagi pemilik

Penelitian ini dapat membantu pihak mr.smartphone dalam menghadapi masalah yang ada hubungannya dengan faktor-faktor kepuasan konsumen dan juga dapat membantu dalam pemecahan masalah tersebut.

c. Bagi universitas

Sebagai bahan perpustakaan dan studi banding bagi mahasiswa di masa yang akan datang terutama dalam bidang kajian faktor-faktor kepuasan konsumen pada mr.smartphone.

d. Bagi peneliti lainnya

Diharapkan juga dapat memberikan gambaran yang memadai untuk melanjutkan penelitian sejenis yang telah ada, serta dapat dipergunakan sebagai acuan dan rujukan bagi penelitian dimasa yang akan datang.