

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA KIOS MADINE DI  
KAMPUNG WESAPUT KABUPATEN JAYAWIJAYA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**IKE KOGOYA  
NIM. 201613025**

**YAYASAN PENDIDIKAN ISLAM DI TANAH PAPUA  
CABANG KABUPATEN JAYAWIJAYA  
UNIVERSITAS AMAL ILMIAH YAPIS WAMENA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN**  
**PADA KIOS MADINE DI KAMPUNG WESAPUT**  
**DISTRIK WESAPUT KABUPATEN JAYAWIJAYA**

IdentitasPenulis,

NAMA : IKE KOGOYA  
NIM : 201613025  
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS S1

Telah di periksa dan disetujui

Pada Tanggal : 8 April 2022

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

**RIANIK THOMAS, SE., M.Si**  
NIDN. 1415097901

**TIOMY B. ADI, SE., M.Si**  
NIDN. 1411057501

Mengetahui :

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

**TATI HARYATI. Sos., M. AB**

**NIDN. 14260484**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA KIOS MADINE DI  
KAMPUNG WESAPUT KABUPATEN JAYAWIJAYA**

Telah Dipertahankan Skripsi Ini Di Depan Panitia Ujian Skripsi  
Pada Hari Jum'at Tanggal 17 Juni 2022

**PANITIA UJIAN SKRIPSI**

Ketua,

Sekretaris

**RIANIK THOMAS SE., M. Si**  
NIDN.1415097901

**TIOMY BUTSIANTO ADI,SE., M.Si**  
NIDN. 1411057501

Anggota,

Anggota,

**Dr.H.RUDIHARTONO ISMAIL,M.Pd**  
NIP 19700401 199702 1 002

**HASRIANI M, M.Pd**  
NIDN. 1409128201

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis S1

**RIANIK THOMAS SE., M. Si**  
**NIDN.1415097901**

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah .....	3
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
1. Tujuan Penelitian .....	3
2. Kegunaan Penelitian .....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>5</b>
A. Kajian Teori.....	5
1. Penertian Analisis .....	5
1.1. Fungsi dan Tujuan Analisis.....	7
2. Kepuasan Konsumen.....	7
3. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen.....	9
4. Pengertian Pelayanan .....	10
4.1. Kualitas Pelayanan.....	12
5. Harga.....	12
5.1. Peranan Harga .....	13
6. Tanggapan Responden .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Definisi Operasional.....	17
D. Kerangka Konseptual .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
1. Lokasi Penelitian.....	19
2. Waktu Penelitian .....	19
B. Jenis Penelitian .....	19

C. Populasi dan Sampel .....	19
1. Populasi.....	19
2. Sampel.....	19
D. Instrumen Penelitian.....	20
E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
F. Teknik Analisa Data.....	22
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>22</b>
<b>KUSIONER</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Tolak ukur untuk menunjukkan tingkat pembangunan ekonomi suatu daerah bisa di identifikasikan dari pertumbuhan ekonomi suatu daerah, dengan kata lain pertumbuhan ekonomi dapat memperlihatkan adanya pembangunan ekonomi. Pelaksanaan pembangunan bidang ekonomi dimaksudkan untuk mewujudkan pemerataan hasil dimana salah satu sektor di bidang ekonomi tersebut adalah industri kecil. Pembangunan pada sektor industri kecil atau usaha mikro kecil dan menengah diarahkan agar mampu berkembang secara mandiri untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun demikian, industri kecil dalam perkembangannya masih menghadapi berbagai persoalan yang perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak, antara lain meliputi rendahnya produktivitas dan sumber daya manusia, manajemen yang belum profesional, kurang tanggap terhadap perubahan teknologi dan kurangnya permodalan. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya dalam perbaikan perekonomian nasional, karena sebagian besar usaha di Indonesia adalah usaha kecil dan menengah yang banyak menyerap tenaga kerja dan memanfaatkan sumber di sekitarnya. Dan untuk menjalankan Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM) masyarakat bersaing untuk mendapatkan banyak konsumen.

Di era persaingan yang sangat ketat seperti ini pelanggan sangat penting untuk dipertahankan. Oleh karena itu memberikan kepuasan seorang pelanggan adalah hal yang utama dalam berlangsungnya sebuah usaha. Dengan membuat pelanggan puas perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan memperoleh laba yang maksimal dalam penjualannya. Pelanggan adalah ujung dari usaha yang dijalankan. Arti Pelanggan menurut **Dharmmesta dan Handoko (1997:12)** yaitu individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangga. Seiring dengan pernyataan **Pamitra (2001:11)** bahwa pelanggan adalah individu pembuatan keputusan yang menyebabkan seseorang harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk. Menurut **Supranto (2001:21)** pelanggan adalah setiap individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa dari beberapa orang lain atau kelompok orang.

Begitu juga yang terjadi di kampung Wesaput, yang mana kampung memiliki total usaha kios sebanyak 13 kios yang jaraknya berejeeran atau tidak terlalu berjauh-jauhan tentunya dengan jumlah kios yang cukup banyak di satu kampung wesaput ini membuat para pemilik kios harus bersaing keras mendapatkan konsumen bahkan mempertahankan kualitas barang, dan pelayanannya agar para konsumen tetap loyal dan merasa puas.

Dimana terdapat satu usaha kios yang rame pengunjugg yaitu usaha kios kelontongan mandineyang mempunyai tingkat pembeli lebih rame di bandingkan usaha kios kelontongan yang lainnya.

Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul “ **Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kios Madine Di Kampung Wesaput Kabupaten Jayawijaya**”

## **B. Batasan Masalah**

Adapun Batasan masalah pada penelitian ini adalah pada “Analisis kepuasan konsumen pada kios Madine dengan indikator Pelayanan, Tanggapan, Harga di kampung Wesaput Distrik Wesaput Kabupaten Jayawijaya”

## **C. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah “apa yang menjadi kepuasan konsumen usaha kios kelontongan Madine di kampung Wesaput Distrik Wesaput kabupaten Jayawijaya?”

## **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui kepuasan konsumen usaha kios kelontongan Madiine di Kampung Wesaput Distrik Wesaput Kabupaten Jayawijaya

### **2. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini memiliki kegunaan, sebagai berikut:

#### **a. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah untuk menambah kekayaan intelektual dalam ilmu kebijakan bisnis dan pemasaran di di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Amal Ilmiah (UNA'IM) Yapis Wamena

#### **b. Kegunaan Praktis**

Secara praktis, kegunaan penelitian ini dapat digunakan oleh para pedagang dalam mempertahankan konsumennya atau menambah konsumen

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengertian Analisis

Analisis atau analisa berasal dari kata *Yunani kuno* *analisis* yang berarti "melepaskan". *Analisis* terbentuk dari dua suku kata, yaitu "*ana*" yang berarti kembali, dan *luein* yang berarti melepas, jika digabung berarti melepas kembali atau menguraikan. Kata *analisis* ini diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi *analysis*, yang kemudian juga diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi analisis.

Pengertian analisis secara umum adalah sebuah kemampuan memecahkan atau menguraikan suatu materi atau informasi menjadi komponen-komponen yang lebih *kecil* sehingga lebih mudah dipahami.

Arti analisis menurut **KBBI** (Kamus Besar Bahasa Indonesia), ada beberapa pengertian analisis sebagai berikut :



- 1) Penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya).
- 2) Penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan (bidang manajemen).
- 3) Penyelidikan kimia dengan menguraikan sesuatu untuk mengetahui zat bagiannya dan sebagainya (bidang kimia)
- 4) Penjabaran sesudah dikaji sebaik-baiknya.
- 5) Pemecahan persoalan yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya.

Pengertian analisis menurut para ahli :

**Menurut Sparadly (sugiyono, 2015:335).** Analisis adalah sebuah kegiatan untuk mencari suatu pola selain itu analisis merupakan cara berfikir yang berkaitan dengan penguji secara sistematis terhadap suatu untuk menentukan bagian, hubungan antara bagian dan hubungannya dengan keseluruhan. Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (decomposition) sehingga susunan/ tatanan bentuk suatu bentuk yang di urai tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya atau lebih jernih di mengerti duduk perkaranya (**satori dan komariyah, 2014:200**).

**Nasution dalam sugiyono (2015:334).** Analisis adalah pekerjaan sulit, memerlukan kerja keras. Tidak ada cara tertentu yang diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitinya. Bahan yang sama bisah di klasifikasikan Menurut **Harahap (2004)**, analisis adalah suatu upaya untuk

memecahkan atau menguraikan sesuatu unit menjadi berbagai unit kecil. Menurut **Komaruddin (2001)** analisis adalah kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat berbeda. Jadi kesimpulannya bahwa analisis merupakan penguraian suatu pokok secara sistematis dalam menentukan bagian, hubungan antara bagianya secara menyeluruh untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang tepat. mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu.

### **1.1 Fungsi Dan Tujuan Analisis**

Fungsi dan tujuan analisis yaitu untuk mengumpulkan data-data yang terdapat pada suatu lingkungan tertentu, analisis bisa diterapkan di berbagai jenis lingkungan juga keadaan. Analisis akan lebih optimal digunakan dalam keadaan kritis juga keadaan yang membutuhkan strategi. **(22 sep 2019)**

- 1) subjek Analisis mempunyai fungsi untuk dapat mengumpulkan data-data yang terdapat pada suatu lingkungan tersebut
- 2) Analisis juga bisa diterapkan diberbagai jenis lingkungan dan juga keadaan
- 3) Analisis akan lebih optimal untuk dipergunakan dalam keadaan yang kritis serta juga untuk keadaan yang membutuhkan strategi
- 4) Disebabkan karean analisis bisa mengetahui secara detail mengenai keadaan dilingkungan saat ini

- 5) Analisis bertujuan untuk mengumpulkan data yang pada akhirnya data-data tersebut bisa digunakan untuk berbagai keperluan pelaku analisis
- 6) Digunakan untuk menyelesaikan krisis, konflik atau dapat saja digunakan sebagai arsip
- 7) Didalam bidang pendidikan analisis ini digunakan untuk melakukan sebuah penelitian dalam berbagai keilmuan

## 2. Kepuasan Konsumen

Secara umum, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan.

**Kotler (2000)** menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya, dimana jika kinerja juga gagal dalam memenuhi harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, Kepuasan konsumen diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya, kepuasan konsumen itu suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi (**Nasution, 2005**). Menurut **Brown (dalam Dwiastuti, dkk 2012)** kepuasan konsumen adalah suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus-menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke

mulut. Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara yang diharapkan konsumen (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha untuk memenuhi harapan konsumen (**Mowen, 2001**). **Engel, Blackwell dan Miniard (1995)** juga mendefinisikan kepuasan konsumen yaitu evaluasi konsumsi yang dipilih sebagai alternatif ketika produk atau jasa setidaknya memenuhi atau melebihi harapan konsumen. **Kotler dan Keller (2008)** mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari membandingkan penampilan sebuah produk dihubungkan dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Kepuasan konsumen juga merupakan persepsi individu terhadap performansi suatu produk atau jasa dikaitkan dengan harapan konsumen tersebut (**Schiffman dalam Siagian, 2004**). Menurut **Tjiptono (2012:301)**, kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut **Djaslim Saladin (2003:9)**, Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

### **3. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen**

**Kotler (2000)** menyatakan bahwa terdapat tiga aspek kepuasan konsumen yaitu: Loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang positif dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama.

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain. Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut

Menurut **Supranto (1997)** ada lima aspek kepuasan konsumen yaitu:

- a. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*)
- b. Kecepatan transaksi (*speed of transaction*)
- c. Keberadaan pelayanan (*availability of service*)
- d. Profesionalisme
- e. Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*over all statisfaction with service*)

**Sabarguna (2004)** menyatakan ada beberapa aspek kepuasan konsumen yaitu:

- a. Aspek kenyamanan yaitu meliputi lokasi perusahaan, kebersihan, dan kenyamanan

- b. Aspek hubungan konsumen dengan karyawan yaitu meliputi keramahan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, komunikatif, responsif, suportif, dan cekatan dalam melayani kosumen.
- c. Aspek kompetensi teknis petugas yaitu meliputi keberanian bertindak dan pengalaman.
- d. Aspek biaya yaitu meliputi mahalnnya produk, terjangkau tidaknya oleh konsumen.

#### **4. pengertian pelayanan**

Pelayanan (*Customerservice*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani adalah yaitu membantu menyiapkan (*membantu apa yang diperlukan seseorang*). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain. Menurut **R.A Supriyono** pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada

dasarnya tidak berwujud. (**Kasmir, Manajemen Perbankan. Jakarta, PT Raja Grafindo persada, 2010, h. 222** Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia,

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan.

#### **4.1 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)**

**Eshetie, Seyoum dan Ali (2016:74)** menyatakan bahwa kualitas pelayanan menjadi alat ukur untuk menilai bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.

Demikian juga menurut **C.Gronroos dalam Albarq (2013:701)** kualitas pelayanan adalah hasil perbandingan antara harapan dan persepsi tentang pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang didapatkan.

#### **5. Harga**

Dalam arti sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa **Kotler dan Armstrong (2012)**. Lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa,

atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut **Kotler&Amstrong (2010 :439).**

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapat bagi organisasi **Tjiptono, (2014 : 178)** sedangkan menurut Basu **Swastha (2011 : 147)** Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Biasanya para pemasar menetapkan harga untuk kombinasi antara :

- a. Barang/jasa spesifik yang menjadi obyek transaksi
- b. Sejumlah layanan pelengkap
- c. Manfaat pemuasan kebutuhan yang diberikan produk/jasa yang bersangkutan.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat dari jasa yang dibeli tersebut.

Harga adalah sebagai jumlah yang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu.

### **5.1. Peranan Harga**

Menurut Ibid Suatu harga barang atau jasa yang telah ditetapkan oleh perusahaan akan berdampak pada perekonomian secara mikro (bagi konsumen dan perusahaan) maupun makro (bagi perekonomian secara umum). Berikut beberapa peranan harga:

- a). Bagi perekonomian



Harga produk akan mempengaruhi tingkat upah, dan laba suatu perusahaan karena harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian, untuk itu harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal waktu dan kewirausahaan (entrepreneurship).

b). Bagi konsumen

Harga merupakan hal yang cukup sensitif pada konsumen dalam pembelian suatu produk. Namun disamping faktor harga, terdapat faktor faktor lain yang juga menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai (value), fitur produk dan kualitas. Beberapa konsumen menganggap jika harga mahal maka mempunyai kualitas yang tinggi.

c). Bagi perusahaan

Harga suatu produk ditetapkan setelah hasil proses yang panjang hal ini sangat didasari karena harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan untuk perusahaan dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya yang justru membutuhkan pengeluaran dana yang tidak sedikit, seperti promosi, dan iklan.

d). Strategi Penetapan Harga

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008:9-18) Dalam menetapkan harga suatu produk, perusahaan akan menyesuaikan harga dasar dengan memperhitungkan berbagai perbedaan pelanggan dan perubahan situasi.

## **6. Tanggapan/Resposivenes**

Kemampuan dan kemauan untuk menanggapi permintaan /keluhan dari konsumen secara cepat dan memuaskan. Berdasarkan **Parasuraman dalam Yarimoglu (2014: 83)** responsiveness adalah kesediaan dan kesiapan penjual dalam memberikan pelayanan, ketepatan waktu dan memberikan pelayanan dengan cepat. Demikian juga menurut **Albarq (2013: 702)** bahwa responsiveness merupakan kesediaan untuk melayani pelanggan dengan cepat. Sedangkan **Sokachae et al. (2014: 5)** mengartikan kemauan untuk berkontribusi terhadap pelanggan, menunjukkan kepekaan terhadap permintaan dan keluhan pelanggan. **Wang & Wang dalam Felix (2017: 5)** memiliki pengertian responsiveness berhubungan dengan kesediaan untuk membantu dan menanggapi permintaan konsumen, pelayanan yang cepat, selalu memberikan informasi kepada pelanggan jangka waktu untuk pelayanan. **Donkoh et al. (2012: 217)** juga mengatakan elemen-elemen dalam responsiveness adalah kecepatan, kemauan untuk merespon, akurasi dan kehandalan. Dapat diambil kesimpulan berdasarkan teoriteori yang ada bahwa responsiveness adalah penilaian yang dimiliki oleh penjual dalam memberikan tanggapan terhadap permintaan yang diinginkan oleh konsumen dengan sikap yang tepat, cepat dan sesuai

**Tabel 2.1**

**B. Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Sumber Referensi</b>
1	Mulyeni Fitri 1 , Jamalludin2 , dan Chezy WM Vermila 3	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sembako Pada Minimarket Juan Di Kecamatan Benai Kabupaten	Hasil yang diperoleh perilaku konsumen terhadap beras berada pada kategori puas, dengan jumlah 16 jiwa dari 30 responden dengan 53,33%, gula dan minyak	Jurnal OPTIMA II

		Kuantan Singingi	<p>goreng berada pada kategori Sangat dengan jumlah jiwa 23 jiwa dari 30 responden dengan 76,67%, telur berada pada kategori puas dengan jumlah jiwa 25 jiwa dari 30 responden dengan 83,43%, susu berada pada kategori sangat Puas dengan jumlah 17 jiwa dari 30 responden dengan 56,67%. Dan hasil perhitungan secara keseluruhan nilai indeks kepuasan konsumen adalah 69,50%. Dimana nilai ini berada pada range indeks kepuasan konsumen 50%-75%. Berdasarkan hasil CSI secara keseluruhan berada pada kriteria puas, gula nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 59,50% hasil CSI berada pada kriteria puas, minyak goreng nilai indeks kepuasan konsumen adalah 59,50 berdasarkan hasil CSI berada pada kriteria puas, telur nilai indeks kepuasan konsumen adalah 83,02% berdasarkan hasil CSI berada pada kriteria sangat puas dan susu nilai indeks kepuasan konsumen adalah 68,07%. Berdasarkan hasil CSI</p>	
--	--	------------------	--	--

			secara keseluruhan berada pada kriteria puas.	
2	AINUN ABABIL	Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kelontong Fauzan	Hasil Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi $Y = 3.148 + 0.419 (X1) + 0.282 (X2) + 0.124 (X3)$ . Uji T untuk variabel harga diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} (4,402 > 1,988)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ . Untuk variabel lokasi $t_{hitung} > t_{tabel} (3,503 > 1,988)$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ . Untuk variabel kualitas produk diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel} (1,996 > 1,988)$ dan hasil signifikan $0,049 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan warung kelontong fauzan.	Skripsi Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa Bekasi – 2019

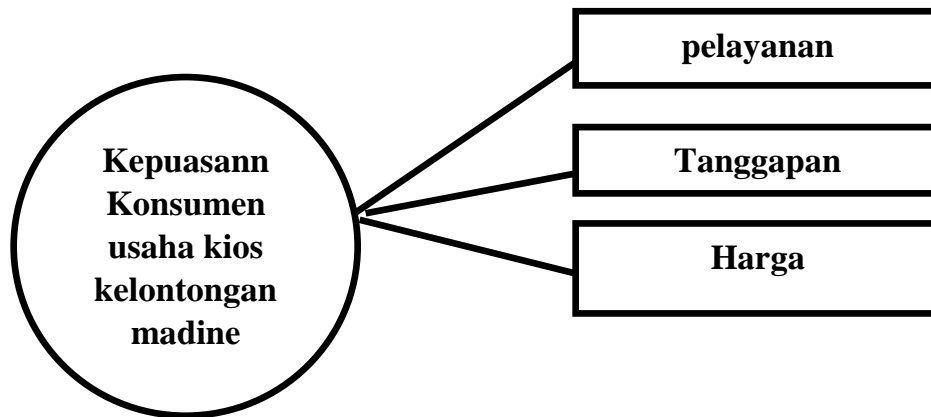
### C. Definisi Operasional

Definisi operasional biasanya di gunakan untuk mengukur konstuk tiap variabel. Menurut **Natoatmodjo (2008)** adalah suatu uraian tentang batasan variabel yang di gunakan untuk mengukur variabel yang bersangkutan. Adapun variabel yang digunakan adalah varabel mandiri “ Analisis Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kios Kelontongan Madine di kampung Wesaput Distrik Wesaput kabupaten Jayawijaya

1. Pelayanan yaitu pelayanan yang di tunjukkan atau sikap yang ditunjukkan kepada konsumen pada saat konsumen bebelanja di kios tersebut yang ada di kampung Wesaput Distrik Wesaput.
2. tanggapan yaitu, respon yang di berikan kepada konsumen
3. Harga yaitu, nilai jual yang di tawarkan kepada konsumen pada usaha kios yang ada di kampung Wesaput Distrik Wesaput kabuapten Jayawijaya

**Gambar 2.1**

**D. Kerangka Konseptual**



Gambar kerangka konseptual diatas menunjukkan Analisis Kepuasan Konsumen Usaha Kios Kelontongan madine mempengaruhi konsumen dapat di ukur dari indikator: Pelayanan, Tanggapan, Harga,

## **BAB III**

### **METODE DAN TEKNIK PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

1. Lokasi Penelitian

Kampung Wesaput Distrik Wesaput Kabupaten Jayawijaya

2. Waktu Penelitian

Demi efisiensi waktu, peneliti menggunakan selama  $\pm$  2 Bulan.

#### **B. Jenis Penelitian**

Untuk mengukur Analisis kepuasan konsumen pada usaha kios kelontongan di Kampung Wesaput Distrik Wesaput digunakan metode kuantitatif deskriptif. Menurut **Syamsuddin** dan **Damiyanti (2011)** penelitian dengan metode kuantitatif deskriptif digunakan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mencandarkan karakteristik individu maupun kelompok.

#### **C. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

**Furchan (2004)** menjelaskan populasi sebagai suatu objek atau keseluruhan anggota sebuah kelompok orang, organisasi ataupun kumpulan yang telah dirumuskan oleh penelitian dengan jelas. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berada di kampung wesaput 400 jiwa

## 2. Sampel

Menurut **Margono (2004:121)** sampel adalah kegiatan yang dilakukan karena ada beberapa hal, sebagai berikut:

Penelitian ini bertujuan untuk mereduksi objek penelitian sebagai akibat yang ditimbulkan terkait dengan jumlah populasi, sehingga hanya diperlukan sebagian saja. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan untuk mengetahui analisis kepuasan konsumen pada usaha kios kelontongan di kampung Wesaput Distrik Wesaput Kabupaten Jayawijaya menggunakan sampling insidental yaitu, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Agar tidak melebar maka dibatasi 20 konsumen

### D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan penelitian digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan penelitian, yakni pada saat pengumpulan data. Menurut **Sanjaya (2011:84)** instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang disebar sebanyak satu kali, kemudian diisi secara obyektif dengan cara memberi tanda cek (√) pada salah satu lajur kolom untuk setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan atau pendapat responden.

Kuesioner menurut **Arikunto (2010:194)** adalah sekumpulan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari tiap responden sebagai arti laporan pribadi mereka atau apa yang diketahui oleh mereka. Pilihan jawaban terdiri dari lima alternatif dari penilaian jawaban responden menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*).Skala Likert menurut

**Arikunto (2010:134)** adalah alat yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, ataupun persepsi seseorang atau sekelompok orang yang dijabarkan melalui indikator variabel dengan alternatif pilihan jawaban seperti berikut:

1. Jika responden menjawab Sangat Puas, maka diberi nilai (5)
2. Jika responden menjawab Puas, maka diberi nilai (4)
3. Jika responden menjawab Cukup Puas, maka diberi nilai (3)
4. Jika responden menjawab Tidak Puas, maka diberi nilai (2)
5. Jika responden menjawab Sangat Tidak Puas, maka nilai (1)

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan yang digunakan adalah:

### **1. Studi Pustaka**

**Nasir (1988:111)** menjelaskan studi pustaka sebagai sebuah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku–buku, literatur–literatur, catatan–catatan, dan laporan–laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

### **2. Dokumentasi**

Menurut **Magetsari, dkk (2013)** dokumentasi adalah bahan-bahan, seperti: jenis, bentuk, dan sifat apapun tempat informasi direkam, rekaman yang ditulis atau dipahat, yang menyampaikan informasi berupa fakta.

### **3. Kuesioner**

Menurut **Nazir(1988)** kuesioner atau daftar pertanyaan adalah suatu set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang



mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Daftar pertanyaan tersebut dibuat cukup terperinci dan lengkap.

4. Observasi

Menurut **Arifin (2011)** observasi sebagai suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif, dan rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu.

**F. Teknik Analisa Data**

Menurut **Moleong (2002:103)** menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, dan mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif perhitungan skor dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan pertanyaan positif dengan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Puas Diberi Skor = 5
  - b. Puas Diberi Skor = 4
  - c. Cukup Puas Diberi Skor = 3
  - d. Tidak Puas Diberi Skor = 2
  - e. Sangat Tidak Puas Diberi Skor = 1
- Jumlah Skor Ideal (Skor Tertinggi) =  $5 \times 20 = 100$   
 Jumlah Skor Rendah =  $1 \times 20 = 20$

**Tabel 3.2**  
**Interpretasi Nilai Skor**

No	Interval Skor	Tingkat Hubungan
1	$80 < \text{jumlah skor} \leq 100$	Sangat Puas

2	$60 < \text{jumlah skor} \leq 80$	Puas
3	$40 < \text{jumlah skor} \leq 60$	Cukup Puas
4	$20 < \text{jumlah skor} \leq 40$	Tidak Puas
5	$1 < \text{jumlah skor} \leq 20$	Sangat Tidak Puas

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Keadaan Lokasi Penelitian**

###### **a. Sejarah kampung**

Kampung wesaput merupakan kampung induk dari 7 kampung yang termasuk dalam satu distrik yaitu distrik Wesaput. Awalnya nama Wesaput adalah Wesaima yang artinya semua suku-suku berkumpul ditempat ini dari suku lani,yali, dani yang dulunya disebut dengan suku baliem. Namun dari tempat ini mereka terpecah dan hingga saat ini nama wesaima masih sering digunakan oleh tetua-tetua.

##### **2. Keadaan Responden**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di kios madine yang terletak di kampung wesaput dengan membagikan kusioner kepada 20 orang responden maka di peroleh data responden sebagai berikut.

#### **A. Keadaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
1	Laki-Laki	6 Orang	30
2	Perempuan	14 Orang	70
	Jumlah	20 Orang	100

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat dilihat keadaan responden berdasarkan jenis kelamin maka yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 6 orang dengan presentase 30% dan yang berejnis kelamin perempuan sebanyak 14 orang dengan presentase 70% ditotalkan menjadi 100%

## **B. Keadaan responden berdasarkan umur**

**Tabel 4.2**

<b>No</b>	<b>Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
1	14-18	2 Orang	10
2	19-23	2 Orang	10
3	24-28	5 Orang	25
4	29-33	3 Orang	15
5	34-38	3 Orang	15
6	39-43	2 Orang	10
7	44-49	2 Orang	10
8	50-54	-	-
9	55-59	1 orang	5
	Jumlah	20 Orang	100

*Sumber: Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat dilihat keadaan responden terkait umur dengan jarak interval 5 maka umur 14-18 berjumlah 2 orang dengan nilai presentase 10%, umur 19-23 berjumlah 2 orang dengan nilai presentase 10% umur 24-28 berjumlah 5 orang dengan nilai presentase 25%, umur 29-33 berjumlah 3 orang dengan nilai presentase 15%, umur 34-38 berjumlah 3 orang dengan presentase 15% umur 39-43 berjumlah 2 orang dengan presentase 10%, umur 44-49 berjumlah 2 orang dengan presentase 10% umur 50-54 tidak ada, umur 55-59 berjumlah 1 orang dengan presentase 5% total presentase menjadi 100%

### C. Keadaan responden berdasarkan Agama

**Tabel 4.3**

No	Agama	Jumlah	Presentase
1	K. Protestan	14 Orang	70
2	K . Khatolik	5 Orang	25
3	Islam	1 Orang	5
	Jumlah	20 Orang	100

*Sumber: Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat keadaan responden berdasarkan agama K. Protestan berjumlah 14 orang dengan presentase 70% agama K. khatolik berjumlah 5 orang dengan presentase 25%, agama islam berjumlah 1 orang dengan presentase 5% total presentase menjadi 100%.

### D. Keadaan responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.4**

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Presentase
1	Tidak sekolah	2 Orang	10
2	SD	1 Orang	5
3	SMA	10 Orang	50
4	D3	1 Orang	5
5	S 1	6 Orang	30
	Jumlah	20 Orang	100

*Sumber: Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat keadaan responden berdasarkan pendidikan terakhir Tidak bersekolah berjumlah 2

orang dengan presentase 10% SD berjumlah 1 orang dengan presentase 5% SMA berjumlah 10 orang dengan presentase 50 % D3 berjumlah 1 orang dengan presentase 5% dan S1 berjumlah 6 orang dengan presentase 30% total presentase 100% .

**Tabel 4.5**  
**E. Keadaan responden berdasarkan pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Blum Kerja	2 Orang	10
2	Swasta	3 Orang	15
3	Ibu Rumah Tangga	5 Orang	25
4	Pelajar	4 Orang	20
5	Mahasiswa	1 Orang	5
6	PNS	5 orang	25
	Jumlah	20 Orang	100

*Sumber: Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan Tabel 4.5 Diatas Dapat Dilihat Keadaan Responden Berdasarkan Pekerjaan Belum Bekerja Berjumlah 2 Orang Dalam Presentase 10% Swatsta Berjumlah 3 Orang Dengan Presentase 15 % Ibu Rumah Tangga Bejumlah 5 Orang Dengan Presentase 25% Pelajar Berjumlah 4 Orang Dengan Presentase 20% Mahasisiwa Berjumlah 1 Orang Dengan Presentase 5% Pns Berjumlah 5 Orang Dengan Presentase 25% total presentase 100%.

### 3. Analisa Data

#### a. Indikator Pelayanan

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Pada Saat Konsumen Membeli Penjual Selalu Siap Untuk Melayani.**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat Puas	5	19	95
2	Puas	4	0	0
3	Cukup Puas	3	1	3
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	95

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas tanggapan responden berkaitan dengan kosnsumen membeli penjual siap melayani. Maka 19 orang menjawab sangat puas dengan skor 5 dan nilai skor 95, 1 orang menjawab cukup puas dengan nilai skor 3 maka total nilai skor 95 termasuk dalam tingkat hubungan **sangat puas**.

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan responden berkaitan dengan saya**  
**Merasa puas dengan pelayanan yang ada pada kios**  
**Madine di kampun wesaput**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	16	80
2	Puas	4	4	16
3	Cukup Puas	3	0	0
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	96

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.7 di atas tanggapan responden berkaitan dengan merasa puas pada usaha kios kelontongan di kampung wesaput. 16 orang yang merasa sangat puas dengan skor 5 dan nilai skor 80,4 orang yang merasa puas dengan skor 4 dan nilai skor 16

maka total nilai skor 96 termasuk dalam tingkat hubungan **sangat puas**.

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kios Madine Di**  
**Kampung Wesaput Menunjukkan Pelayanan Yang Efektif.**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	15	75
2	Puas	4	4	16
3	Cukup Puas	3	1	3
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	94

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.8 di atas tanggapa responden berkaitan dengan pelayanan yang efektif. 15 orang yang merasa sangat puas dengan skor 5 dan nilai skor 75, 4 orang yang merasa puas dengan skor 4 dan nilai skor 16, 1 orang yang cukup puas dengan skor 3 dan nilai skor 3 maka nilai skornya 94 termasuk dalam tingkat hubungan **sangat puas**.

#### **b. Indikator Harga**

**Tabel 4.9**  
**Berdasarkan Responden Berkaitan Dengan**  
**Harga Sembako Yang Ditawarkan Terjangkau**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	13	65
2	Puas	4	7	28
3	Cukup Puas	3	0	0
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	93

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4. 9 di atas tanggapan responden berkaitan dengan harga sembako yang terjangkau 13 orang yang merasa sangat



puas dengan skor 5 dan mendapat nilai skor 65 dan 7 orang responden menjawab puas dengan skor 4 dan nilai skor 28 maka total nilai 93 termasuk dalam tingkat hubungan **sangat puas**.

**Tabel 4.10**  
**Berdasarkan Responden Berkaitan Dengan**  
**Sebagian Besar Sembakao Yang Di Tawarkan Sesuai**  
**Dengan Kemampuan Konsumen.**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	16	80
2	Puas	4	4	16
3	Cukup Puas	3	0	0
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	96

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4. 10 di atas tanggapan responden berkaitan dengan Sembakao yang di tawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen, 16 orang yang merasa sangat puas dengan skor 5 dan nilai skor 80, 4 orang yang merasa puas dengan skor 4 dan nilai skor 16 maka total nilai 96 termasuk dalam tingkat hubungan **sangat puas**.

**Tabel 4.11**  
**Berdasarkan Responden Berkaitan Dengan**  
**Harga Produk Yang Ditawarkan Sesuai Dengan**  
**Manfaat Yang Dirasakan**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	13	65
2	Puas	4	5	20
3	Cukup Puas	3	2	6
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	91

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dilihat tanggapan responden berkaitan dengan harga pokok yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan maka 13 orang menjawab sangat puas dengan skor 5 dan nilai skor 65, 5 orang responden menjawab puas dengan skor 4 dan nilai skor 20, 2 orang responden menjawab cukup puas dengan skor 3 dan nilai skor 6 total nilai skor 91 dengan tingkat hubungan **sangat puas**

**c. Indikator Tanggapan/Resposivenes**

**Tabel 4.12**  
**Berdasarkan Responden Berkaitan Dengan**  
**Respon Penjual Yang diberikan**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	18	90
2	Puas	4	2	8
3	Cukup Puas	3	0	0
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	98

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat tanggapan responden berkaitan dengan harga produk yang ditawarkan sesuai dengan respon penjual yang diberikan. Maka 18 orang menjawab sangat puas skor 5 nilai skor 90, 2 orang responden menjawab puas dengan skor

4 dan nilai skor 8 total skor menjadi 98 tingkat hubungan **sangat puas**.

**Tabel 4.13**  
**Berdasarkan Responden Berkaitan Dengan**  
**Komunikasi yang baik menunjukkan respon yang yang diberikan**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	18	90
2	Puas	4	2	8
3	Cukup Puas	3	0	0
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	98

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat tanggapan responden berkaitan dengan komunikasi yang baik menunjukkan respon yang diberikan. Maka 18 orang menjawab sangat puas skor 5 nilai skor 90, 2 orang responden menjawab puas dengan skor 4 dan nilai skor 8 total skor menjadi 98 tingkat hubungan **sangat puas**.

**Tabel 4.14**  
**Berdasarkan Responden Berkaitan Dengan**  
**Sikap yang ditunjukkan oleh pemilik kios Madine**

No	Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi	Nilai Skor
1	Sangat puas	5	19	95
2	Puas	4	1	4
3	Cukup Puas	3	0	0
4	Tidak Puas	2	0	0
5	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Jumlah			20	99

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat tanggapan responden yang berkaitan dengan sikap yang ditunjukkan oleh pemilik kios Madine. Maka 19 orang responden menjawab sangat puas dengan skor 5 dan nilai skor 95, 1 orang responden menjawab puas dengan skor 4 dan nilai skor 4 total skor 99 tingkat hubungan **sangat puas**.

## B. Pembahasan

Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada usaha kios Madine di kampung wesaput peneliti melakukan pembahasan per indikator, ada 3 indikator yang digunakan yaitu : Pelayanan, harga, tanggapan/ resposivenes di uraikan pada tabel sebagai berikut :

### 1. Indikator Pelayanan

**Tabel 4. 15**  
**Rata-Rata Persentase Indikator pelayanan**

No	Uraian	Nilai skor	Tingkat Hubungan
1	Pada saat konsumen membeli penjual selalu siap untuk melayani	98	Sangat Puas
2	saya merasa puas dengan pelayanan yang ada pada kios Madine	96	Sangat Puas
3	Kios Madine di Kampung Wesaput menunjukkan pelayanan yang efektif	94	Sangat Puas
<b>Jumlah Rata-Rata</b>		<b>96</b>	<b>Sangat Puas</b>

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat dilihat rata –rata presentase indikator pelaayanan maka, tanggapan responden yang berkaitan dengan pada saat konsumen membeli penjual selalu siap untuk melayani mendapat nilai skor 98 dengan tingkat hubungan sangat puas tanggapan responden terkait responden

merasa puas dengan pelayanan yang ada pada kios Madine mendapat nilai skor 96 dengan tingkat hubungan sangat puas, tanggapan responden terkait kios Madine di kampung Wesaput menunjukkan pelayanan yang efektif mendapat nilai skor 94 dengan tingkat hubungan sangat puas di rata-ratakan menjadi 98 maka untuk indikator pelayanan pada kios Madine mendapat nilai skor 96 tingkat hubungan **sangat puas**.

## 2. Indikator Harga

**Tabel 4. 16**  
**Rata-Rata Persentase Indikator Harga**

No	Uraian	Nilai skor	Tingkat Hubungan
1	Harga sembako yang di tawarkan terjangkau	93	Sangat puas
2	Sebagaimana besar harga sembako yang di tawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen	96	Sangat puas
3	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang di rasakan	91	Sangat puas
<b>Jumlah Rata-Rata</b>		<b>93,33</b>	Sangat puas

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat dilihat rata –rata presentase indikator Harga maka, tanggapan responden yang berkaitan Harga sembako yang di tawarkan terjangkau mendapat nilai skor 93 dengan tingkat hubungan sangat puas, tanggapan responden terkait responden Sebagaimana besar harga sembako yang di tawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen mendapat nilai skor 96 dengan tingkat hubungan sangat puas, tanggapan responden terkait Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang di rasakan mendapat nilai skor 91 dengan tingkat hubungan sangat puas di rata-ratakan menjadi 93,33 maka untuk indikator Harga pada kios Madine mendapat nilai skor 93,33 dengan tingkat hubungan **sangat puas**.



### 3. Indikator Tanggapan/responsive

**Tabel 4. 17**  
**Rata-Rata Persentase Indikator Tanggapan/responsive**

No	Uraian	Nilai skor	Tingkat Hubungan
1	Respon penjual yang diberikan kepada saya	98	<b>Sangat puas</b>
2	Komunikasi yang baik menunjukkan respon yang di berikan	98	<b>Sangat puas</b>
3	Sikap yang di tunjukkan oleh pemilik kios Madine	99	<b>Sangat puas</b>
<b>Jumlah Rata-Rata</b>		<b>98,33</b>	<b>Sangat puas</b>

*Sumber : Olahan Data Primer Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat dilihat rata –rata presentase indikator Harga maka, tanggapan responden yang berkaitan Respon penjual yang diberikan kepada saya mendapat nilai skor 98 dengan tingkat hubungan sangat puas, tanggapan responden terkait responden Komunikasi yang baik menunjukkan respon yang di berikan mendapat nilai skor 98 dengan tingkat hubungan sangat puas, tanggapan responden terkait Sikap yang di tunjukkan oleh pemilik kios Madine mendapat nilai skor 99 dengan tingkat hubungan sangat puas di rata-ratakan menjadi 98,33 maka untuk indikator Tanggapan/Responsive pada kios Madine mendapat nilai skor 98,33 dengan tingkat hubungan **sangat puas**.

#### **Rekapitulasi Indikator-Indikator Pada Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kios Madine Di Kampung Wesaput Kabupaten Jayajaya**

Dalam menyimpulkan hasil penelitian tentang Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kios Madine Di Kampung Wesaput dengan beberapa indikator yang antara lain Pelayanan,Harga Dan Tanggapan/Responsive dapat di bahas sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Rekapitulasi Rata-Rata Persentase Variabel tentang Analisis Kepuasan**  
**Konsumen Pada Kios**

No	Uraian	Nilai Skor	Tingkat Hubungan
1	Pelayanan	96	Sangat Puas
2	harga	93,33	Sangat Puas
3	Tanggapan/Responsive	98,33	Sangat Puas
<b>Jumlah rata-rata</b>		<b>96</b>	<b>Sangat Puas</b>

*Sumber : Olahan Data Primer mei 2022*

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran daftar pernyataan Kepada Konsumen yang berada di kampung Wesaput mengenai variable Analisis Kepuasan Konsumen Di Kios Madine Kampung Wesaput kabupaten Jayawijaya yang mana Indikator pelayanan dengan skor 96 dengan tingkat Hubungan sangat Puas, Harga dengan skor 93,33 dengan Tingkat Hubungan Sangat Puas, dan indikator Tanggapan/Responsive dengan skor 98,33 dengan tingkat hubungan sangat Puas. Dari data Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kios Madine Di Kampung Wesaput Kabupaten Jayawijaya tersebut menunjukkan bahwa kepuasan Konsumen **Sangat Puas**.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan.**

Berdasarkan Hasil penelitian yang dilakukan di Kampung Wesaput Dengan Judul Penelitian” tentang Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kios Madine Di Kampung Wesaput Kabupaten Jayawijaya dapat di simpulkan bahwa yang mana Indikator pelayanan dengan skor 96 dengan tingkat Hubungan sangat Puas, Indikator Harga dengan skor 93,33 dengan Tingkat Hubungan Sangat Puas, dan indikator Tanggapan/Responsive dengan skor 98,33 dengan tingkat hubungan sangat Puas. Dari data Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kios Madine Di Kampung Wesaput kabupaten jayawijaya tersebut menunjukkan bahwa Analisis kepuasan Konsumen mendapatkan tingkat hubungan **Sangat Puas.**

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas tentang Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kios Madine Di Kampung Wesaput, penulis dapat menyarankan : dengan melihat tanggapan responden yang berkaitan dengan ke tiga indikator yaitu pelayanan, harga dan tanggapan sangat puas maka peneliti penyaranka pemilik kios Madine menjaga dan meningkatkan lagi kepercayaan konsumen agar lebih banyak lagi konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buk–buku

- Arifin 2011, *Penelitian Pendidikan*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group
- Arikunto 2010:194, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Publisher. Jakarta Rineka Cipta 2010 Cetakan 14
- Broiwn (Dwiastuti,dkk 2012), *Ilmu Peraku Konsumen*. Malang UB. Pres
- Darmmesta dan andoko 1997:12, *Manajemen Pemasaran;Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta;BPFE
- Djaslim saladin 2003:9, *Inti sari pemasaran*. Penerbit Linda Karya Bandung
- Eshetie seyoum dan ali 2016:74, *Service Quality And Customer Satisfaction In Hospitality Industry The Case Of Selected Hotels In Jimma Town, Ethiopia*. Global Journal Of Management And Business
- Harahap 2004, *Analisis Krisis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Furchan 2004, *Pengantar Penelitian Dalam Pendidikan*. Yogyakarta Pustaka Belajar
- Pamitra, 2001;11. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung Pt Remaja Rosda Karya.
- Kotler 2000, Dalam Umar Husein 2002 *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* PT Gramedia
- Komaruddin, 2001, *Ensiklopedia Manajemen, Edisi Ke 5*. Jakarta. Bumi. Aksara
- Kotler Dan Keller 2008, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 13. Jilid 1 Jakarta
- Kotler 2000, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millennium. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kasmir 2010, *Manajemen*. Jakrta, PT Raja Grafindo Persada, H. 222
- Mowen, 2021 (Engel Blacwel dan Miniard 1995, *Perilaku Konsmen Dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: karangan Sutisna.

- Margono 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Terbitan rineka cipta 2010.
- Moleong 2002; 103. *Metodelogi penelitan*. Bandung PT Remaja Cetakan Ke 38. July 2018
- Nasution (sugiyono, 2015; 334. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung Alfabeta.
- Nasution 2005, *Manajemen Mutu Terpadu*. Terbitan Ghalia Indonesia 2005.
- Nasir 1988: 111. *Metode Penelitian*. Jakarta Ghalia Indonesia
- R.A Supriyono 2000, *System Pengendalian Manajemen*. Edisi Pertama PT. Gramedia Jakarta
- Sanjaya 2011, *Model-Model Pembelajaran*. Bumi Aksara Jakarta
- Sabarguna 2004. *Quality Assurance. Pelayanan Rumah Sakit*. Edisi Ke Dua Yogyakarta.
- Samsuddin, Damiyanti, 2011. *Meteode Penelitian Bahasa*. Bandung. Remaja. Rosdakarya
- Satorri Dan Komariyah, 2014; 200) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung Alfabeta.
- Sehiffman (Siagian 2004, *Perlaku Konsumen*. Edisi 7 Jakarta
- Sparadly (Sugiyono, 2015;335). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung ALFABETA
- Supranto 1997, *Perilaku Konsumen Dan Kesiinambungan Kebutuhan*. Jakarta Pt. Gramedia Pustaka
- Tjiptono. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Zeithaml Dan Bitner, 1996. *Delivering And Performing Service*. Part Five Service Marketing International. Ed

## **Lampiran 1 Instrumen Penelitian**

### **INSTRUMEN PENELITIAN**

Analisis Kepuasan Konsumen Usaha Kios Kelontongan Madine Di Kampung wesaput  
Distrik Wesaput Kabupaten Jayawijaya

**1. IDENTITAS RESPONDEN**

- a. Nomor Responden : .....
- b. Jenis Kelamin : .....
- c. Umur : .....
- d. Agama : .....
- e. Pendidikan Terakhir : .....
- f. Pekerjaan : .....

**2. PETUNJUK PENGISIAN**

Isilah jawaban menurut Anda yang benar dengan memberikan tanda cek (✓) dari salah satu alternatif jawaban yang tersedia, sesuai dengan penelitian Bapak/Ibu tentang Analisis Kepuasan Konsumen Usaha Kios Kelontongan Madine Di Kampung wesaput Distrik Wesaput Kabuapten Jayawijaya

**KETERANGAN**

- SP = Sangat Puas
- P = Puas
- CP = Cukup Puas
- TP = Tidak Puas
- STP = sangat Tidak Baik

"Analisis Kepuasan Konsumen Usaha Kios Kelontongan Madine Di Kampung Wesaput Distrik Wesaput"						
NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SP	P	CP	TP	STP
		5	4	3	2	1
<b>pelayanan</b>						
1	Pada saat konsumen membeli penjual selalu siap untuk melayani					
2	Saya merasa puas dengan pelayanan yang ada pada usaha kios kelontongan di kampung wesaput					
3	Kios kelontongan di kampung wesaput menunjukkan pelayanan yang efektif					
<b>Harga</b>						
1	Harga sembako yang ada di tawarkan terjangkau					
2	Sebagian besar harga sembako yang di tawarkan sesuai dengan kemampuan konsumen					
3	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang di rasakan					
<b>Tanggapan/Resposivenes</b>						
1.	Respon penjual yang diberikan kepada saya					
2.	Komunikasi yang baik menunjukkan respon yang di berikan					
3.	Sikap yang di tunjukkan oleh pemilik usaha kios kelontongan					

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN															
1. INDIKATOR PELAYANAN															
No	1					2					3				
	SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP
1	√						√				√				
2	√					√					√				
3	√						√						√		
4			√			√					√				
5	√					√					√				
6	√						√				√				
7	√					√					√				
8	√					√					√				
9	√						√				√				
10	√					√					√				
11	√					√						√			
12	√					√						√			
13	√					√						√			
14	√					√					√				
15	√					√					√				
16	√					√					√				
17	√					√					√				
18	√					√					√				
19	√					√						√			
20	√					√					√				
Jmlh	19	0	1	0	0	16	4	0	0	0	15	4	1	0	0

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN															
2. INDIKATOR HARGA															
No	1					2					3				
	SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP

1		√					√				√				
2	√					√						√			
3	√					√							√		
4	√						√							√	
5		√				√					√				
6	√						√					√			
7		√				√					√				
8	√					√					√				
9	√					√						√			
10	√					√					√				
11	√					√						√			
12		√				√					√				
13		√				√					√				
14		√				√						√			
15		√				√					√				
16	√					√					√				
17	√						√				√				
18	√					√					√				
19	√					√					√				
20	√					√					√				
Jmlh	13	7	0	0	0	16	4	0	0	0	13	5	2	0	0

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN															
3. INDIKATOR TANGGAPAN/RESPOSIVENES															
No	1					2					3				
	SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP	SP	P	CP	TP	STP
1	√					√					√				
2	√					√					√				
3	√					√					√				
4	√					√					√				
5	√					√					√				
6	√					√					√				
7	√					√					√				
8	√					√					√				
9	√					√					√				
10	√					√						√			

<b>11</b>	√					√					√				
<b>12</b>	√					√					√				
<b>13</b>	√					√					√				
<b>14</b>	√					√					√				
<b>15</b>		√					√				√				
<b>16</b>	√					√					√				
<b>17</b>	√					√					√				
<b>18</b>		√					√				√				
<b>19</b>	√					√					√				
<b>20</b>	√					√					√				
Jmlh	18	2	0	0	0	18	2	0	0	0	19	1	0	0	0