

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Yogyakarta dikenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, kota budaya dan wisata. Ikon ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Yogyakarta. Bisnis yang berkembang di kota ini sangat beragam, mulai dari bisnis makanan (kuliner), pakaian (konveksi), kerajinan, hingga bisnis perbankan. Dengan beragamnya bisnis tersebut tentu membawa dampak pada persaingan bisnis. Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah di bidang fashion. Yang dimana fashion sendiri sangat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan tren yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Berkaitan dengan tingkat konsumsi pada masyarakat akan barang-barang yang mereka anggap trendy atau dapat dikatakan sedang populer. Salah satu brand Indonesia yang berkembang di bidang industri fashion adalah brand Jiniso.¹

Jiniso merupakan fashion brand asal Indonesia yang dibentuk pada tahun 2019 oleh Robby Chandra dan Dian Fiona yang melihat belum ada brand ternama jeans yang mewakili anak muda Indonesia.² Dengan

¹ Duta, G. L. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK DAN ONLINE CONSUMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JINISO (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna TikTok di Indonesia). Hal 3

² Ibid, Hal 5

peluang tersebut, jiniso berinovasi dan berusaha untuk menciptakan jena yang aktif, bebas bergerak, nyaman dan berkualitas sangat baik. Dengan fokus pada pasar anak muda yang dinamis dan aktif dalam segala aspeknya, jiniso mengusung tagline "jiniso active jeans" yang berhasil menjadi top of the line jeans brand di kalangan anak muda indonesia jiniso emang keren wa organicly disebutkan oleh pembeli jiniso.

Jiniso menjadi salah satu brand fashion dalam negeri yang memiliki citra merek tersendiri di masyarakat. Produknya berupa jeans dengan berbagai model yang sedang trend pada saat ini yang mana selalu laris dan diminati oleh konsumen. Banyaknya rekomendasi di media sosial yang menyatakan bahwa jiniso tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dimana pada tahun 2019 mencapai 5.655 penjualan, tahun 2020 mencapai 7.884 dan tahun 2021 mencapai 8.418 penjualan. Jiniso mampu menjadi top brand jeans di kalangan generasi muda karena produk jeans dengan kualitas yang baik, model yang kekinian tetapi tetap dengan harga yang relatif murah. Dengan adanya respon yang baik dari masyarakat, pihak pengelola jiniso juga harus memperhatikan kualitas pelayanan yang ada.

Munculnya beberapa pemain dalam bisnis fashion menunjukkan bahwa brand jiniso dapat diterima oleh masyarakat di Yogyakarta sebagai salah satu andalan dalam berbelanja produk jeans . Di sisi lain, persaingan dalam bisnis pun sangat sangat ketat, seperti Cotton Ink, Eiger, 3second,

dll. Sehingga bagaimana pihak jiniso menerapkan strategi untuk menarik masyarakat dan juga menjaga kepuasan konsumen yang ada salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan maksimal.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya.

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap pembelian produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak. Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena

salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Dilihat dari keberhasilan Jiniso dalam mengatasi persaingan industri fashion jeans, membuktikan bahwa media social media marketing dan online consumer review menjadi aspek penting dalam strategi pemasaran dikarenakan faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan dan pola pikir konsumen. Banyak perusahaan menggunakan media sosial dan ulasan online untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Semakin banyaknya produk yang ditawarkan dengan kualitas yang berbeda-beda tentu akan membuat konsumen lebih cermat dalam memilih suatu produk. Konsumen juga dapat dengan mudah mencari serta membandingkan produk yang akan dibeli dengan produk lainnya melalui media sosial tersebut.

Selain itu, Jiniso juga mempunyai penggemar yang banyak dan bersedia untuk melakukan review ulang produk Jiniso yang telah mereka beli di akun pribadi TikTok mereka. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap brand Jiniso yang akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut

Adapun kepuasan pelanggan tergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan. Salah satu tindakan untuk

memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini dapat diukur berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK JINISO DI DAERAH ISTIMEWAH YOGYAKARTA ”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas maka rumusan masalah adalah “ Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen produk jiniso di Daerah Istimewah Yogyakarta ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen produk jiniso di Daerah Istimewah Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan memberi kegunaan sebagai berikut :

a) Manfaat Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan bagi peneliti sekaligus peneliti mampu mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat selama kuliah.

b) Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian yang sejenis dimasa yang akan datang.

c) Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan jiniso sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

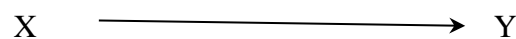
1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1. Paradigma sederhana

Paradigma yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah Paradigma sederhana yakni suatu keyakinan dasar. Dengan seperti ini penelitian berupaya untuk mengungkapkan kebenaran dengan berpikir secara perhitungan dan pertimbangan, dan bagaimana cara berpikir tersebut berjalan dengan substansial. Pandangan dunia

berdasarkan pengalaman bersifat rasional dalam memandang pengetahuan tersebut mengalami puncaknya terhadap aliran filsafat³

Paradigma penelitian dapat juga dikatakan sebagai pola pikir yang berlandaskan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Maka dari itu Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma sederhana. Dimana paradigma sederhana merupakan paradigma yang terdiri atas satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen disini adalah Pengaruh Kualitas Layanan sedangkan variabel dependen yaitu *Kepuasan Konsumen*.



(Sumber : Sugiyono,2013)

X = Pengaruh Kualitas Layanan

Y = Kepuasan Konsumen

1.5.2. Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif mengacu pada pandangan filsafat positivism. Filsafat positivisme memandang suatu bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklasifikasikan, relatif tetap,

³ Agus Salim, Teori dan Paradigma Penelitian Sosial, (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 2001), hal. 139.
<http://library.usd.ac.id/web/index.php?pilih=search&p=1&q=0000129885&go=Detail> (terakhir diakses 20 okt 2023 pukul 01.34 WIB)

konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

⁴Penelitian ini menggunakan kuantitatif yang melakukan survey.

Penelitian survey ini pengumpulan data yang dilakukan menggunakan instrumen kuesioner dan observasi untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Kemudian data yang telah diolah akan dianalisa dengan tujuan ditemukan hasil sebagai pedoman peneliti untuk mengemukakan kesimpulan dan saran pada penelitian Kepuasan Konsumen Pada Produk Jiniso. Adapun dalam penelitian ini menggunakan pengukuran Skala Likert dimana untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi konsumen terhadap keseluruhan indikator variabel. Skala Likert menggunakan lima tingkatan jawaban masing-masing memiliki nilai 1-5 sebagai berikut:

Kriteria	Skor/ Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Tabel 1. 1 Skala Likert

⁴ Paramita, R. W. D. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi 1.

1.6 Populasi dan Sampel

1.6.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.⁵ Populasi Penelitian ini adalah penduduk Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta yang pernah membeli produk Jiniso. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta, jumlah penduduk Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta pada tahun 2022 adalah sebagai berikut



The screenshot shows the official website of the Badan Pusat Statistik (BPS) for the Province of Yogyakarta. The page displays a table titled 'Penduduk Total Provinsi Daerah Istimewah Yogyakarta (2022)'. The table lists population data for various sub-districts (Kabupaten/Kota) in Yogyakarta for the years 2020, 2021, and 2022. The data is as follows:

Kabupaten/Kota	2020	2021	2022
D.I. Yogyakarta	3.083.007	3.070.000	3.111.000
Kulonprogo	417.973	442.740	449.111
Magelang	1.049.040	1.030.000	1.040.000
Sleman	1.040.000	1.010.000	1.010.000
Yogyakarta	576.000	587.260	611.889

Gambar 1. 1 Data BPS Penduduk Provinsi DIY

⁵ Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.

Bisa dilihat dari data BPS bahwa penduduk Daerah Istimewah Yogyakarta tahun 2022 berjumlah sekitar 4.021.816 jiwa.⁶

1.6.2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik sampling.⁷ Sampel dihitung dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono, 2011. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

$$n = \frac{4.021.816}{4.021.816(10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{4.021.816}{4.021.816(0,01) + 1}$$

$$n = \frac{4.021.816}{40.226,16}$$

$$n = 99,98 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

keterangan :

N: Jumlah Populasi

e: Batas Kesalahan Pengambilan Sampel 10 %

n: Jumlah sampel

⁶ Dikutip dari : <https://yogyakarta.bps.go.id/indicator/12/133/2/proyeksi-jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html> . diakses pada tanggal 03 Juli 2023 pada pukul 18.47 WIB.

⁷ Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu. Hal 61

1.6.3. Teknik Penarikan Sample

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *Purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada suatu pertimbangan tertentu yang dibuat oleh peneliti. Sampel dihitung dengan menggunakan teknik Slovin. Adapun syarat menjadi Sample dalam penelitian ini yaitu :

1. Responden merupakan Konsumen Produk Jiniso
2. Responden berdomisili Di Daerah Istimewah Yogyakarta

1.6.4. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah atribut sekaligus objek yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Identifikasi variabel pada penelitian dilakukan untuk membantu Penulis dalam menentukan alat pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu penelitian independen dan dependen. Adapun variabel-variabel tersebut yaitu:

a. Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah variabel yang menjadi sebab perubahannya (mempengaruhi) atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen produk Jiniso

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen adalah variabel yang menjadi akibat (dipengaruhi) karena adanya variabel bebas. Pada umumnya variabel dependen adalah kondisi yang hendak dijelaskan. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen.

1.7 Teknik pengumpulan data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh 68 peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.⁸ Data primer meliputi data utama yang didapatkan dari hasil survey kelapangan yaitu berupa kuesioner yang telah disebarakan melalui google form ke responden.

Metode ini berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang dimensi-dimensi kualitas pelayanan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan

⁸ Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing. Hal 67

kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.⁹

3. Uji Validitas dan Reliabilitas (Survei)

a) Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukurnya. Test hanya dapat melakukan fungsinya dengan cermat kalau ada “sesuatu” yang diukurnya. Jadi untuk dikatakan valid, tes harus mengukur sesuatu dan melakukannya dengan cermat. Karena itu suatu test yang sangat valid guna pengambilan suatu keputusan dapat sangat tidak berguna dalam pengambilan keputusan lainnya.¹⁰

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas sering disamakan dengan consistency, stability, atau dependability, yang pada prinsipnya menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Namun demikian, sebagaimana akan dibicarakan nanti, reliabilitas alat ukur tidak harus selalu diuji dengan melakukan tes ulang. Berbagai tehnik telah memungkinkan pengujian reliabilitas dengan tidak memerlukan lebih dari satu kali pengukuran.¹¹

⁹ Ibid, Hal 68

¹⁰ Miftachul'Ulum, H., & ST, M. (2016). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. *Edisi Pertama. Malang*. Hal 41

¹¹ Ibid, Hal 7

1.8 Teknik Analisa Data

Analisis data dalam hal ini ialah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode, dan mengkategorikannya. Sehingga pengorganisasian dan pengelolaannya tersebut menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi teori substantif. Oleh karena itu, analisis data merupakan bagian yang amat penting, karena dengan analisislah suatu data dapat diberi arti dan makna yang berguna untuk masalah penelitian.¹² Selanjutnya yaitu menganalisis data melalui SPSS. untuk menguji dan mencari jawaban penulis menggunakan Analisis data regresi sederhana dalam mengelola dan membahas data yang telah diperoleh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Teknik analisis regresi dipilih dalam penelitian ini karena teknik analisis regresi sederhana dapat menyimpan secara langsung mengenai satu variabel dependen (Y) dan satu variabel independen (X). Sebelum melakukan Uji regresi sederhana ini, ada beberapa uji yang dilakukan sebagai uji persyaratan yang terlebih dahulu dilakukan, uji tersebut yaitu uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, lalu selanjutnya akan dilakukan Uji hipotesis yaitu Regresi Sederhana tersebut.

¹² Kurniasih, dewi, dkk.teknik analisa. Alfabeta. Bandung. 2021

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah awal yang dilakukan sebelum melakukan uji regresi. Adapun uji yang dilakukan dalam uji asumsi klasik ini yaitu uji normalitas.

Uji Normalitas merupakan tahapan uji yang dilakukan sebelum uji regresi untuk melihat apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal atau tidak.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam teknik analisis data penelitian ini menggunakan rumus regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Harga konstan

b = Koefisien regresi

1.9 Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya.

1.9.1. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi adalah suatu nilai yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. R square memiliki nilai angka berkisar 0 sampai 1 yang menunjukkan besarnya kombinasi variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

1.9.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen secara parsial. Hipotesis yang diuji secara parsial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀₁ : Kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pengguna Produk Jiniso

H_{a1} : Kualitas pelayanan (X) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pengguna Produk Jiniso

1.9.3 Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan

dengan membandingkan signifikansi nilai F. Apabila F hitung > F tabel maka model yang dirumuskan sudah tepat.

Uji F dilakukan dengan menghitung nilai F hitung yang didapatkan dengan perhitungan berdasarkan rumus sebagai berikut:

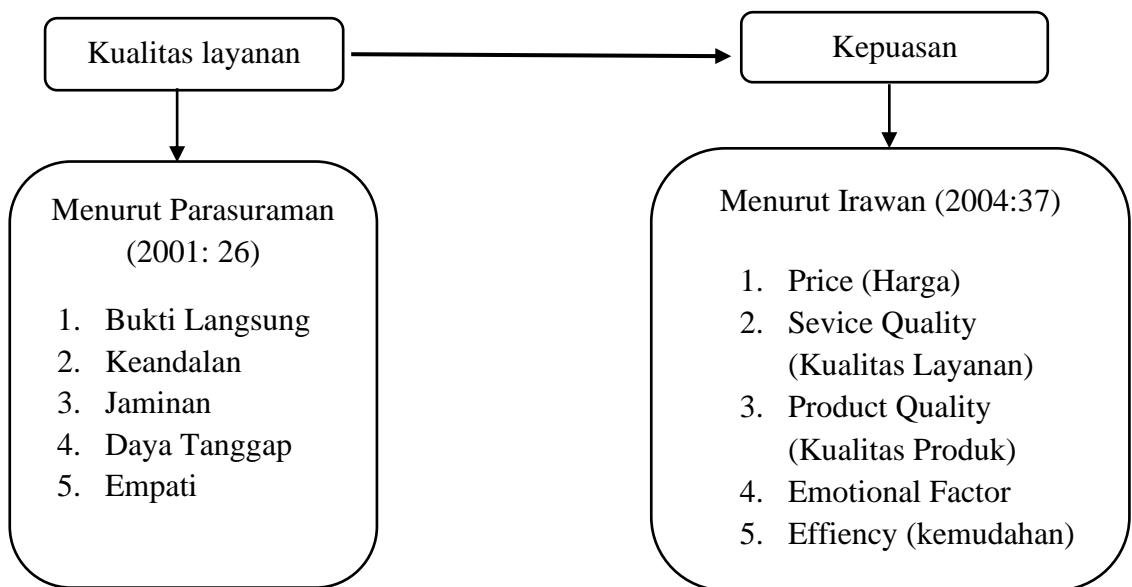
$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

- F = F Hitung
- n = Jumlah Sampel
- K = Jumlah Variabel Independen
- R² = Koefisien determinasi

1.10 Kerangka konsep, definisi konsep, dan definisi operasional

1.10.1. Kerangka konsep



Gambar 1. 2 Kerangka Konsep Penelitian

1.10.2. Definisi konsep

Definisi Konseptual: Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan penjual atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan. Definisi Konsep merupakan cara untuk menjelaskan mengenai karakteristik objek (property) kedalam elemen yang nantinya dapat diobservasi dan menyebabkan konsep akan diukur dan dioperasionalkan dalam penelitian.

Berdasarkan uraian diatas maka definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel X (Kualitas Layanan)

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama buat mengetahui tingkat kepuasan konsumen. dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik Jika bisa menyediakan barang atau jasa sesuai menggunakan cita-cita pelanggan. Kualitas produk serta kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh pada menaikkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diartikan menjadi taraf kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang homogen.

Sebagai akibatnya, konsumen bisa mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan A serta B. Adapun indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman sebagai berikut:

1. Bukti Langsung Kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti ruangan, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan serta sarana komunikasi.
2. *Reliability* (Kehandalan) Merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.
4. *Assurance* (Jaminan) Mencakup kemampuan pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
5. *Empathy* Kesiediaan untuk peduli memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan¹³

b. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka

¹³ Parasuraman, Valarie A., Zeithmal, Leonard L Berry. 1990. *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectations*. New York: Free Press.

memperoleh dan menggunakannya. Bila kualitas jauh di bawah harapan, maka mereka akan mengalami ketidakpuasan emosional. Kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk. Kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Kepuasan adalah bentuk perasaan seseorang setelah mendapatkan pengalaman terhadap kinerja pelayanan yang telah memenuhi harapan. Adapun indikator dari kepuasan konsumen menurut Irawan, sebagai berikut:

1. *Price* (Harga) pelanggan yang sensitif terhadap harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapatkan nilai yang tinggi
2. *Service Quality* (Kualitas layanan) konsep pelayanan yang terdiri dari tangibles, responsiveness, reliability, assurance dan empathy
3. *Product Quality* (Kualitas Produk) driver kepuasan pelanggan yang multi dimensi. Pelanggan akan puas dengan produk yang dibeli jika produk tersebut berkualitas baik.
4. *Emotional Factor* adalah faktor ini berhubungan dengan gaya hidup seseorang.

5. *Effiency* (Kemudahan) pelanggan akan semakin puas dengan relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.¹⁴

1.10.3. Definisi operasional

No	Variabel	Indikator	Definisi	Pertanyaan
1	Variabel X (Kualitas Layanan)	Bukti langsung	1. Kenyamanan ruang pelayanan 2. Aspek lokasi 3. Penampilan karyawan	1. Jiniso Memberikan kenyamanan untuk para pelanggan. 2. Jiniso hanya menyediakan online store. 3. Penampilan Karyawan jiniso terlihat menarik.
		Keandalan	1. Kecepatan petugas dalam pelayanan 2. Ketepatan informasi yang diberikan	1. Petugas jiniso cepat dalam melakukan pelayanan. 2. Informasi yang diberikan Jiniso dapat diperoleh dengan tepat. 3. Keandalan petugas jiniso dapat membantu konsumen.

¹⁴ Irawan, Hadi. 2002. Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta : Elex Media Komputindo

		<p>Daya tanggap</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesiadaannya melayani pelanggan 2. Penanganan keluhan konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan petugas dalam melayani pelanggan cukup efektif. 2. Jiniso dapat menangani keluhan konsumen 3. Daya tanggap petugas Jiniso cepat.
		<p>Jaminan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keamanan transaksi 2. Reputasi produk dan Karyawan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan terampil dalam menangani konsumen jiniso 2. Karyawan secara konsisten melayani pelanggan dengan sopan dan santun. 3. Karyawan membuat pelanggan merasa percaya saat transaksi
		<p>Empati</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petugas yang profesional dibidangnya 2. Memberikan layanan tanpa melihat status maupun kedudukan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keprofesionalan para pegawai jiniso cukup efektif. 2. Produk Jiniso memberikan pelayanan tanpa melihat Status dan kedudukan konsumen.

			3. Memahami kondisi pelanggan?	3. Jiniso dapat memahami kondisi pelanggan.
2	Kepuasan konsumen	<i>Price</i> (Harga)	Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan <i>value for money</i> yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.	1. Saya Puas dengan harga produk Jiniso
		<i>Sevice Quality</i> (Kualitas layanan)	<i>Service quality</i> sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan	1. Saya puas dengan pelayanan yang baik Ketika melayani konsumen jiniso

			<p>terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan behaviour yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembenahan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja.</p>	
		<p><i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)</p>	<p>Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.</p>	<p>1. Saya puas dengan kualitas produk Jiniso</p>

		<p><i>Emotional Factor</i></p>	<p>Emotional Factor ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri</p>	<p>1. Saya merasa melakukan hal yang benar saat berbelanja di online store Jiniso</p>
		<p><i>Effiency (Kemudahan)</i></p>	<p>Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan</p>	<p>1. Saya puas dengan produk Jiniso yang mudah ditemukan di online store Jiniso.</p>

Tabel 1. 2 Definisi Operasional