

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
KETERSEDIAAN PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA NEW
BOOKSTORE UMM**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MALANG 2024**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETERSEDIAAN PRODUK,
DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA NEW BOOKSTORE UMM**

Oleh :

Amelia Via Rinada

202010160311294

Diterima dan disetujui
pada tanggal 22 Januari 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Eko Handayanto, M.M.

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETERSEDIAAN PRODUK, DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA NEW BOOKSTORE UMM

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Amelia Via Rinada

NIM : 202010160311294

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 22 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Penguji III : Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Amelia Via Rinada

NIM : 202010160311294

Program Studi : Manajemen

Surel : ameliaviarinada12@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, 06 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Amelia Via Rinada

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT AVAILABILITY, AND PERCIEVED VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION AT NEW BOOKSTORE UMM

Amelia Via Rinada

Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia.

E-mail: ameliaviarinada12@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to investigate the influence of service quality, product availability, and perceived value on customer satisfaction at New Book Store UMM. The increasingly competitive and dynamic phenomenon in the retail book market necessitates a deeper understanding of the factors affecting customer satisfaction in the context of this newly established bookstore. The main issue addressed in this research revolves around the uncertainty regarding the impact of these variables on customer satisfaction, which needs to be resolved to enhance the store's marketing strategies.

The primary dependent variable in this study is customer satisfaction, measured through customer assessments of service quality, product availability, and perceived value at New Book Store UMM. The proposed hypotheses suggest that service quality, product availability, and perceived value can influence customer satisfaction. Additionally, service quality and product availability may affect perceived value.

The research employs a survey method, collecting data through questionnaires from respondents who are UMM students. Data analysis includes reliability and validity tests within Partial Least Squares (PLS). The findings indicate that service quality does not have a significant impact on customer satisfaction, while product availability has a significant positive effect. Furthermore, perceived value does not significantly influence customer satisfaction. However, service quality positively influences perceived value, as does product availability.

From the research findings, it can be concluded that service quality is not the primary determinant of customer satisfaction at New Book Store UMM, while product availability has a significant positive impact. The implications of this research provide strategic guidance for the management of the new bookstore to enhance customer experience and achieve higher customer satisfaction through improved product availability.

Keywords : *Service Quality, Product Availability, Value Perception, and Customer Satisfaction*

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk, dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada New Book Store UMM

Amelia Via Rinada

Program Studi Manajemen, FEB

UMM E-mail:

ameliaviarinada12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dan persepsi nilai terhadap kepuasan mahasiswa di New Book Store UMM. Fenomena pasar ritel buku yang semakin kompetitif dan dinamis mendorong perlunya pemahaman yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks toko buku yang baru berdiri ini. Masalah utama penelitian ini melibatkan ketidakjelasan seputar dampak variabel- variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen, yang perlu dipecahkan untuk meningkatkan strategi pemasaran toko.

Variabel terikat utama dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, yang diukur melalui penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dan persepsi nilai di New Book Store UMM. Hipotesis yang diajukan, yaitu kualitas pelayanan, ketersediaan produk, dan persepsi nilai dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Serta kualitas pelayanan dan ketersediaan produk dapat berpengaruh terhadap persepsi nilai.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dari responden yang merupakan mahasiswa UMM. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Uji reliabilitas dan validitas dalam PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sementara ketersediaan produk memiliki dampak positif yang signifikan. Selanjutnya, persepsi nilai tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap persepsi nilai, begitu juga dengan ketersediaan produk.

Dari temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan bukanlah faktor penentu utama kepuasan pelanggan di New Book Store UMM, sementara ketersediaan produk memiliki dampak positif yang signifikan. Implikasi penelitian ini memberikan panduan strategis bagi manajemen toko buku baru dalam meningkatkan pengalaman konsumen dan mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi melalui peningkatan ketersediaan produk.

Kata Kunci: Ketersediaan Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayahnya sehingga penyusunan skripsi berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk, dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada New BookStore UMM" dapat diselesaikan dengan baik, dan semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Strata Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Disisi lain karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling penulis yang mendukung dan membantu. Maka, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih, penghargaan dan apresiasi mendalam kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Nurul Asfiah, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang telah memberikan kelancaran selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
3. Dr. Eko Handayanto, Drs. M.M. sebagai Dosen Pembimbing I dan Dr. R. Iqbal Robbie, M.M sebagai Dosen Pembimbing II yang telah mencurahkan waktu dan pikirannya mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga finalisasi penulisan skripsi ini.
4. Dra. Triningsih S.,MP selaku Dosen Wali kelas Manajemen F angkatan 2020 yang sungguh-sungguh menyayangi dan telah memperhatikan penulis dengan sangat baik.
5. Semua dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah.
6. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan tugas akhir/ skripsi maupun dalam penyusunan tugas akhir yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala yang telah mereka berikan kepada penulis tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai.

Aamiin. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca diharapkan demi kesempurnaan penulisan. Penulis mengharapkan penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pihak berkepentingan

Billahittaufiq Wal Hidayah. Fastabiqul Khairot.

Malang, 23 April 2022

Penulis,

Amelia Via Rinada



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK BERBAHASA INGGRIS	vi
ABSTRAK BERBAHASA INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Kegiatan	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	6
B. Penelitian Terdahulu.....	9
C. Kerangka Pikir dan Hipotesis	14
D. Definisi Operasional Variabel	16
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	19
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
C. Populasi, Sample, dan Sampling	20
D. Pengembangan Instrumen Penelitian	21
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	22
F. Analisis Data	22
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	24
B. Hasil Penelitian.....	27
C. Pembahasan	30
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	36
B. Saran.....	37
C. Keterbatasan Penelitian	38
 DAFTAR PUSTAKA.....	 39



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	10
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel	17
Tabel 3.2 Skala Linkert	21
Tabel 3.3 Kategori Skala Interval.....	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	24
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	25
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Ketersediaan Produk.....	25
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Variabel Persepsi Nilai.....	26
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Variabel Kepuasan Mahasiswa	27
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Konvergen	28
Tabel 4.3 Hasil Uji HTMT.....	28
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konstuk Internal.....	29
Tabel 4.3 Hasil Uji Koefisien Jalur	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Buku	3
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	14



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Uji Algoritma PLS-SEM	42
Lampiran kuesioner	42



DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (2020). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*, 125-143.
- Anderson, M., & Clark, L. (2020). An Empirical Analysis of Service Quality and Customer Satisfaction in the Airline Industry: The Case of Airlines. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 355-367.
- Arikunto, S. (2020). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Aryandi, J., & Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Café Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 117-127.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 1-15.
- Caruana, A. (2022). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 811-828.
- Churchill, G. A., & Surprenant, C. (2022). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 491-504.
- Hair, J. F., & Hult, G. T. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. California: Sage Publications.
- Indriati, A., & Fitriana, N. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI, CUSTOMER. *JURNAL MENATA*, 01-06.
- Johnson, A. (2020). The Impact of Excellent Customer Service on Customer Perceptions of Attention and Value. *Journal of Customer Satisfaction and Service Excellence*, 45-60.
- Johnson, A. (2020). The Impact of Excellent Customer Service on Customer Perceptions of Attention and Value. *Journal of Customer Satisfaction and Service Excellence*, 45-60.
- Johnson, A., & Smith, B. (2020). The Impact of Efficient Product Retrieval on Customer Satisfaction: A Case Study of Bookstore. *Journal of Retail Research*, 245-260.
- Johnson, A., & Smith, S. (2023). Assessing Product Availability Indicators in Retail Stores. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 45-60.
- Johnson, R. L., & Smith, K. M. (2021). *Assessing Research Reliability: Methods and Best Practices*. Amsterdam: Academic Press.

- Juliany, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Citra merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. (Budiono, 2020). *Ekonomi Bisnis Manajemen dan akuntansi (EBMA)*, 162-173.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management (15th Edition)*. London: Pearson.
- Maryati. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 542-550.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal EMBA*, 44-55.
- Oliver, R. L. (2022). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Inggris: Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Rahayu, S., & Pratama, A. (2021). Analisis Hubungan Antara Persepsi Nilai dan Kepuasan Pelanggan dalam Industri Perhotelan di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 45-59.
- Rodriguez, M., & Garcia, L. (2021). Investigating Convergent Validity in Survey Research. *Survey Research Quarterly*, 289-304.
- Sarndal, C. E., Swensson, B., & Wretman, J. (2021). *Model Assisted Survey Sampling*. Berlin: Springer.
- Setiawan, A., & Wibowo, B. (2022). Pengaruh Pertumbuhan E-commerce terhadap Kepuasan Pelanggan: Bukti dari New Book Store UMM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 45-49.
- Setiawan, R., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Keputusan Pembelian Ponsel di Pasar Elektronik Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 45-58.
- Simanjuntak, D. C., Salimi, V. A., Louis, V., & Johanes, T. (2020). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, kepercayaan Pelanggan, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Baja pada PT Duminsurya Mesindolestari. *Jurnal Manajemen*, 2872-2894.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2022). *Operations and Process Management: Principles and Practice for Strategic Impact*. . london: pearson.
- Smith, J. A., & Brown, S. M. (2020). Analyzing Customer Feedback for Improved Service Quality: A Case Study in the Bookstore Industry. . *Journal of Retailing and Consumer Services*, 123-137.

- Smith, J. D. (2022). *Service Quality in the Digital Age: Defining, Measuring, and Improving Customer Experiences*. london: pearon.
- Smith, J., Johnson, A., & Brown, C. (2021). A Study of Discriminant Validity in Psychological Research. *Journal of Psychological Research*, 123-136.
- Stone, M., & Rahimifard, S. (2022). A review of the literature on the principles of enterprise and supply chain resilience: Major milestones and gaps. *International Journal of Production Research*, 878-901.
- Suryadi, A., & Utama, R. (2020). Analisis Persepsi Nilai dan Kepuasan Pelanggan dalam Industri Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 112-126.
- Suryanto, A. (2023). Penggunaan Teknologi dalam Meningkatkan Minat Pelanggan terhadap New Book Store UMM: Analisis Ulasan di Aplikasi Shopee. *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 87-102.
- Susanto, T. (2020). metode pengumpulan data dalam penelitian sosial. *Jurnal Penelitian Sosial*, 45-60.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2023). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. . *Journal of Retailing*, 203-220.
- Trisnawati, R., & Wibisono, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk Wisata, Citra Destinasi Terhadap kepuasan dan Lloyalitas Destinasi Kampung Karuhun Sumedang. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 238-247.
- Trochim, W. M., & Donnelly, J. P. (2022). *The Research Methods Knowledge Base* . Amerika Serikat: Cengage Learning.
- Utama, S., & Indriani, L. (2020). Pengamatan Sebagai Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Etnografi. *Jurnal Antropologi Budaya*, 55-70.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2022). The behavioral consequences of service quality. . *Journal of Marketing*, 31-46.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketersediaan Produk, dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada New Book Store UMM

ORIGINALITY REPORT

5%	5%	3%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source	1%
2	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	dspace.uui.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id Internet Source	1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%